STUDIA SOCIETATIS ET COMMUNICATIONIS I

Eesti elavik 21. sajandi algul

Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest

Toimetajad Veronika Kalmus, Marju Lauristin ja Pille Pruulmann-Vengerfeldt

Eesti elavik 21. sajandi algul:

ülevaade uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* tulemustest

Toimetajad
Veronika Kalmus, Marju Lauristin ja Pille Pruulmann-Vengerfeldt

TARTU ÜLIKOOLI
KIRJASTUS

SISUKORD

Tabelid ja joonised 11

Autorid 19

Saateks 21

1. Sissejuhatus: Uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* metodoloogiast ja tähendusest 23
Marju Lauristin, Peeter Vihalemm

1. Küsitluse valmimine, küsitluse käik 24
2. Valim 26
3. Indeksite moodustamine ja normeerimine 26
4. Uurimistulemustest 27

I OSA:
VÄÄRTUSED, IDENTITEET, KEEL, SOTSIAALNE RUUM

2. Eesti siirdekultuuri väärtused 31
Veronika Kalmus, Triin Vihalemm

1. Teoreetilised käsitlused 31
2. Üksikväärtuste analüüs 32
3. Väärtused Schwartzi skeemis 34
4. Väärtusteadvuse empiiriline struktuur Eestis 2003. aastal 36
   4.1. Faktorgraafiline meetod 36
   4.2. Empiirilise struktuurianalüüsi tulemused 37
   4.3. Väärtusorientatsioonid sotsiaal-demograafilistes gruppides 38
   4.4. Väärtusteadvuse struktuur sotsiaal-demograafilistes gruppides 39

3. Kollektiivsed identiteedid siirdeaja Eestis 45
Triin Vihalemm, Anu Masso

1. Identiteet uurimise objektina 45
2. Metodoloogiline tagapõhi 47
3. Identifitseerivate kategooriate omaksvõtt 47
4. Identiteedi struktuur 50

4. Eesti kujunev keeleruum 57
Triin Vihalemm, Anu Masso, Peeter Vihalemm

1. Keele sotsiaalne tähendus 57
2. Kasutatud andmed ja meetod 58
3. Võõrkeelte oskus ja kasutamine Eestis 2003. aasta algul 59
4. Keelekasutuse rühmade iseloomustus 67
5. Eesti keele sotsiaalse tähenduse muutumine: hoiakud keele suhtes 70

5. Maailm Eestist väljaspool: kogemus ja kontaktid, huvid ja hoiakud ... 75
Peeter Vihalemm
1. Üldtendentsid ... 75
1.1. Välismaal käimine ... 75
1.2. Sugulased ja sõbrad, äri- ja töösidemed eri maades ... 75
1.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest ... 76
1.4. Kuivõrd arusaadavad ja lähedased on teised kultuurid ... 77
1.5. Maad, kuhu tahaks elama asuda ... 77
1.6. Personaalse ruumi koondindeks ... 77
2. Eestlaste ja mitte-eestlaste suhted eri maade ja kultuuridega ... 77
3. Noorema, keskealise ja vanema põlvkonna suhted eri maade ja kultuuridega ... 80

II OSA:
ELULAAD JA KULTUURISUHTED

6. Elulaad Eestis ... 83
Annika Nigul
1. Elulaadi mõiste ja empiirilised uurimused ... 83
2. Analüüsimetoodikast ... 84
3. Elulaadi tüpoloogia ... 85
4. Elutingimused ... 87
5. Elulaadi tüübid ... 87
5.1. Mitmekülgselt aktiivne elulaad ... 87
5.2. Tööle orienteeritud, kultuurilembeline elulaad ... 90
5.3. Hasartne, meelelahutuslik elulaad ... 91
5.4. Tehniliselt harrastuslik elulaad ... 92
5.5. Uue meedia, seltsielukeskne elulaad ... 92
5.6. Kodukeskne, traditsiooniline elulaad ... 93
5.7. Kirjasõnakeskne, traditsiooniline elula ... 93
5.8. Passiivne elulaad ... 94

7. Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused ... 97
Maarja Lõhmus, Marju Lauristin, Rauno Salupere
1. Ressursid, osalemisvõimalused ja osalus ... 99
2. Kultuurivara omamine praeguses kodus ja lapsepõlves ... 100
3. Varasemad ja praegused kultuuriharrastused ... 101
4. Raamatueelistuste üldpilt ... 103
4.1. Raamatueelistuste püramiid ... 103
4.2. Raamatueelistuste tüübid ... 104
5. Eesti kirjanike tundmine ja hindamine ... 107
6. Muusikaeelistused ... 108
6.1. Muusikaeelistuste püramiid ... 108
6.2. Muusikalise maitse rahvuslikud, soolised ja vanuselised erinevused ... 108
6.3. Muusikamaitse tüübid ... 110
7. Filmieelistused ... 113
7.1. Filmihuvi püramiid ... 113
7.2. Filmieelistuste erinevused rahvarühmades ... 114
7.3. Filmieelistuste tüübid ... 114
8. Teemahuvid ... 117
8.1. Teemahuvi püramiid ... 117
8.2. Teemahuvide faktoranalüüs ... 117
8.3. Teemahuvide tüübid ... 119
9. Kultuurisuhte üldtüpoloogia ... 121
9.1. Kultuurisuhte tüübid ... 121

III OSA:
TRADITSIOONILINE JA UUS MEEDIA

8. Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia 131
Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus, Valeria Jakobson
1. Ligipääs meediakanalitele 131
2. Üldised ootused ja hinnangud meediale 132
3. Traditsioonilise meedia kasutus eri rahvarühmades 133
3.1. Meediakasutust diferentseerivad tegurid 133
3.2. Eestlased ja mitte-eestlased meediakasutajatena: üldtendentsid 134
3.3. Eri vanuserühmad meediakasutajatena 135
3.4. Meediakasutus sissetulekurühmades 138
3.5. Meediakasutuse erinevused haridusrühmades 138
3.6. Meediatarbimise erinevused elukohast lähtudes 140
3.7. Kokkuvõtvalt mitte-eestlaste meediakasutuse eripärast 142
4. Meediakanalid eri funktsioonides 143
4.1. Erinevate kanalite tähtsus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina 143
4.2. Erinevate kanalite eelistamine meelelahutuseks ja ajaviiteks 143
4.3. Erinevate tegevuste ja meediakanalite kasutamine hingelise tasakaalu leidmiseks 143
5. Huvi erinevate teemavaldkondade vastu 143
6. Meediakasutuse koondtüpoloogia 144

9. Mobiilid, arvutid, internetid: Eesti infoühiskonna künnisel 147
Pille Runnel, Pille Pruulmann-Vengerfeldt
1. Mobiiltelefoni kasutamine 147
2. Arvuti kasutamine 148
3. Interneti kasutamine 154
3.1. Interneti kasutamise aspektid sotsiaal-demograafilistes rühmades 154
3.2. Interneti kasutamise praktikate erinevused 157
4. Internetiga seotud hoiakud 159
5. Hinnangud arvamuse avaldamise kanalitele 160
6. Hinnangud suhtluskanalitele 161

IV OSA:
POLIITILINE AKTIIVSUS JA MEELEPILDID

10. Eesti osalusdemokraatia proovikivi: poliitiline aktiivsus ja usaldus 165
Mart Raudsaar, Aare Kasemets
1. Osalusdemokraatia ja legitiimsuse mõiste roll Ida-Euroopa üleminekurežiimides 165
2. Poliitilise aktiivsuse indeks 166
3. Eesti kodanikkonna poliitiline tüpoloogia 167
4. Poliitiline tüpoloogia ja sotsiaal-demograafilised tunnused 170
4.1. Vanus 170
4.2. Rahvus 171
4.3. Sugu 172
4.4. Haridus 172
4.5. Sissetulek 173
4.6. Asulatüüp 173
4.7. Ametigrupid 174
5. Poliitiline tüpoloogia ja kuulumine ühendustesse 176
6. Poliitiline tüpoloogia ja usaldus riiklike institutsioonide vastu 176
6.1. Usaldus riiklike institutsioonide vastu 176
6.2. Usaldus Riigikogu ja presidendi vastu 177
7. Poliitiline tüpoloogia ja toetus Euroopa Liidule 178
8. Poliitiline tüpoloogia ning ajalehed ja kultuurivara 179

9. Poliitiline tüpoloogia ja valimisaktiivsuse dünaamika ... 179
10. Poliitilise tüpoloogia tüüpide kokkuvõte ... 180

11. Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit ... **183**
Aune Past, Peeter Vihalemm
1. Imago defineerimine ... 183
2. Imago analüüsi meetod: semantiline diferentsiaal ... 184
3. Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagod ... 184
3.1. Euroopa Liidu imago Eestis ... 184
3.2. Eesti Vabariigi imago ... 184
3.3. Eesti Vabariigi ja Euroopa Liidu imagote võrdlus ... 185
4. Imagote analüüs sotsiaal-demograafiliste tunnuste alusel ... 186
4.1. Euroopa Liidu imagoklastrid ... 186
4.2. Eesti Vabariigi imagoklastrid ... 187
5. Euroopa Liidu imago eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 188
5.1. Faktoranalüüs ... 189
5.2. Euroopa Liidu imago eestlaste hulgas ... 190
5.3. Euroopa Liidu imago venekeelsete vastajate seas ... 192
6. Euroopa Liidu imago liiduga ühinemise pooldajate ja vastaste hulgas ... 193
7. Euroopa Liidu imago euroreferendumi järel ... 195
8. Euroopa Liidu imago euroreferendumil osalenute ja mitteosalenute seas ... 195
9. Euroopa Liidu imago ja hääletuskäitumine euroreferendumil ... 196

V OSA:
TARBIMISORIENTATSIOONID, KAPITALID, HINNANGUD MUUTUSTELE, KIHISTUMINE

12. Konsumerismist tarbimisliku ükskõiksuseni: tarbimisorientatsioonid tänases Eestis ... **201**
Margit Keller, Veronika Kalmus
1. Teoreetilised alused ... 201
2. Analüüsimetoodikast ... 202
3. Kulutuste prioriteedid ... 203
3.1. Rahvuslikud erinevused ... 203
3.2. Soolised erinevused ... 203
3.3. Vanuselised erinevused ... 203
3.4. Erinevused elukohati ... 203
3.5. Hariduslikud erinevused ... 206
3.6. Erinevused sissetulekurühmade lõike ... 206
4. Kulutuste prioriteedid äärmistes sissetulekurühmades ... 206
5. Eelistused kaubagruppide osas ... 210
6. Konsumerism ... 210
7. Tarbimisliku ükskõiksuse indeks ... 211
8. Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed väärtustega ... 212
9. Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed identiteediga ... 213
10. Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed elulaadiga ... 214
11. Ostukeskustes käimine meelelahutuse eesmärgil ... 214

13. Kultuuriline, sotsiaalne ja majanduslik kapital: Eesti inimeste ressursid erinevates eluvaldkondades ... **217**
Pille Pruulmann-Vengerfeldt
1. Kultuuriline kapital ... 217
2. Sotsiaalne kapital ... 221
3. Majanduslik kapital ... 224
4. Kultuuriline koondkapital ja alamkapitalid rahvarühmades ... 225
5. Erinevad sotsiaalsed kapitalid rahvarühmades ... 226

6. Majanduslik kapital rahvarühmades ... 228
7. Kapitalide omavahelised seosed ... 229

14. Hinnangud Eesti ühiskonnas toimunud muutustele ... **231**
Marju Lauristin
1. Hinnangute üldtendentsid ja neid kujundavad tegurid ... 231
2. Muutustehinnangute muster klasteranalüüsi põhjal ... 235
3. Hinnanguklastrite koosseis ... 236
4. Muutuste hindamise maailmavaateline taust ... 238
5. Väärtusorientatsioonide seos hinnanguklastritega ... 239
6. Isiklik elukäik ja tervis kui muutuste positiivse või negatiivse läbielamise taust ... 241
7. Hinnanguklastrite erinevused aktiivsuse alusel poliitika-, majandus- ja kultuuriväljal ... 242
8. Hinnanguklastrite seos informeerituse ja meediatarbimisega ... 244
9. Usaldus riiklike institutsioonide vastu ning Eesti Vabariigi imago hinnanguklastrites ... 246

15. Eesti ühiskonna kihistumine ... **251**
Marju Lauristin
1. Kihtikuuluvushinnang kui sotsiaalne representatsioon ... 252
2. Kihtikuuluvuse mõõtmine ... 254
3. Kihtikuuluvuse representatsioon ajaloolises perspektiivis ... 256
4. Subjektiivse sotsiaalse enesemäärangu sotsiaal-demograafiline kontekst ... 258
   4.1. Kihtikuuluvushinnangu rahvuslikud erisused ... 258
   4.2. Kihtikuuluvushinnangu soolised erisused ... 259
   4.3. Kihtikuuluvushinnangu elukohajärgsed erisused ... 260
   4.4. Kihtikuuluvushinnangute vanuselised erisused ... 260
5. Kihtikuuluvus ja küsitletute asend majandusväljal ... 262
   5.1. Kihtide sissetulekud, töö iseloom, ettevõtluskogemus ja rahaline jõukus ... 262
   5.2. Kihtide tarbimisaktiivsus ja kodune materiaalne keskkond ... 265
6. Kultuuriline kapital kihtides ... 267
7. Kihtide meediakasutuse erisused ... 270
8. Kihtikuuluvus ja sotsiaalne kapital ... 273
9. Individuaalsete ressursside, identiteedi, väärtuste ja elulaadi seosed sotsiaalse enesemääranguga ... 275
   9.1. Individuaalsed ressursid kihtides ... 275
   9.2. Identiteet ja väärtusorientatsioonid kihtides ... 276
   9.3. Kihtide elulaad ... 277
10. Kihtide maailmavaateline taust ja suhtumine ühiskonnas toimunud muutustesse ... 278
11. Kihtikuuluvushinnangu tegurite regressioonanalüüsi tulemused ... 281
12. Põhilised järeldused ja diskussioon ... 283
   12.1. Kihtide koondiseloomustus ... 283
   12.2. Kihistumise pildi kokkuvõte ... 284

LISAD

Lisa 1. Lisatabelid peatükkide juurde ... **289**
Ptk 2. Eesti siirdekultuuri väärtused ... 289
Ptk 3. Kollektiivsed identiteedid siirdeaja Eestis ... 292
Ptk 5. Maailm Eestist väljaspool: kogemus ja kontaktid, huvid ja hoiakud ... 297
Ptk 6. Elulaad Eestis ... 306
Ptk 7. Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused ... 318
Ptk 8. Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia ... 324
Ptk 9. Mobiilid, arvutid, internetid ... 348
Ptk 10. Eesti kodanike poliitiline aktiivsus ja usaldus ... 357
Ptk 12. Tarbimisorientatsioonid tänases Eestis ... 359
Ptk 13. Kultuuriline, sotsiaalne ja majanduslik kapital ... 362
Ptk 15. Eesti ühiskonna kihistumine ... 363

Lisa 2. Üldised koondtunnused (indeksid) 369
Lisa 3. Uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* kasutatud küsimustik 373
Tabelites kasutatud sümbolid 400

TABELID JA JOONISED

Tabelid

Tabel 1.1 MeeMa üldkogum, planeeritud valim, tegelik valim ja kaalutud jaotus 25

Tabel 2.1 Väärtuste keskmiste erinevus rahvarühmades 33
Tabel 2.2 Uuringus kasutatud Rokeachi üksikväärtuste jagunemine Schwartzi väärtustüüpidesse 35
Tabel 2.3. 5-faktorilise lahendi faktorkaalude keskmised rahvarühmades 39
Tabel 2.4. Väärtusteadvuse struktuuri erinevused väärtushinnangute lõikes (rahvarühmades) 40

Tabel 3.1. Grupid, kellega tuntakse ühtekuuluvust (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 48
Tabel 3.2. Identiteedigruppide prognoosimine tunnuste mõju alusel 51

Tabel 4.1. Täiskasvanud eestlaste keelteoskus 1987 ja 2003 60
Tabel 4.2. Täiskasvanud venekeelse elanikkonna keelteoskus 1981 ja 2003 60
Tabel 4.3. Võõrkeelte oskus rahvarühmades 61
Tabel 4.4. Võõrkeelte kasutus rahvarühmades 62
Tabel 4.5. Seosed võõrkeelte oskuse ning nende reaalse kasutamise vahel 63
Tabel 4.6. Eesti keele kasutamine suhtlemisel eestlastega 65
Tabel 4.7. Kahe olulisema võõrkeele kasutamine eesti- ja venekeelsete vastajate seas 66
Tabel 4.8. Arvuti ja Internetiga seotud keelekasutus (keele- ja vanuserühmades) 67
Tabel 4.9. Keelekasutuse klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis 68
Tabel 4.10. Keelekasutuse klastrite sotsiaalne identiteet 69
Tabel 4.11. Eesti- ja venekeelsete vastajate arvamused eesti keele kohta 71
Tabel 4.12. Hoiakud emakeele ja inglise keele suhtes avatud kultuuriruumis 71
Tabel 4.13. Hoiakud arvutiga seotud keelekasutuse suhtes 71

Tabel 5.1. Maad, kus on käidud (1994 ja 2003) 76
Tabel 5.2. Sugulased ja sõbrad, töö- ja ärisidemed eri maades 76
Tabel 5.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest (1991, 1994 ja 2003) 77
Tabel 5.4. Eesti- ja venekeelsete vastajate suhted eri maade ja kultuuridega 78
Tabel 5.5. Noorte, keskealiste ja vanemate inimeste
kontaktid eri maadega, huvi uudiste vastu nendest maadest 79

Tabel 6.1. Tegevuste iseärasused elulaadi tüüpides (erinevus keskmisest) 85
Tabel 6.2. Elutingimused elulaadi tüüpides 88

Tabel 7.1. Raha jätkumine erinevateks vajadusteks ja tegevusteks 99
Tabel 7.2. Kultuurivarade olemasolu lapsepõlvekodus 100
Tabel 7.3. Raamatute olemasolu praeguses kodus eesti- ja venekeelsete vastajate seas 100
Tabel 7.4. Aktiivsed kultuuriharrastused varem ja praegu 101

Tabel 7.5a. Kultuuri- ja meelelahutusharrastused vanuserühmades ... 102
Tabel 7.5b. Meeste ja naiste kultuuri- ja meelelahutusharrastused ... 102
Tabel 7.5c. Kultuuri- ja meelelahutusharrastused sissetulekurühmades ... 103
Tabel 7.6. Raamatusuhte muutumine 1979–1984 ja 2002–2003 ... 105
Tabel 7.7. Raamatuvaliku pingerida raamatuhuvi klastrites ... 105
Tabel 7.8. Raamatuhuvi klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 106
Tabel 7.9. Eesti kaasaegsete kirjanike tundmine, lugemine ja loomingu meeldimine ... 107
Tabel 7.10. Muusikaeelistuste pingerida muusikaeelistuste klastrites ... 110
Tabel 7.11. Muusikaeelistuste klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 111
Tabel 7.12. Muusikakuulamise harjumused ja -harrastused muusikaeelistuste klastrites ... 112
Tabel 7.13. Filmieelistuste pingerida filmieelistuste klastrites ... 115
Tabel 7.14. Filmieelistuste klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 116
Tabel 7.15. Filmide vaatamine ja filmiharrastused filmieelistuste klastrites ... 117
Tabel 7.16. Teemahuvi faktoranalüüsi lahend ... 119
Tabel 7.17. Teemahuvi faktorkaalude keskmised teemahuvi klastrites ... 120
Tabel 7.18. Teemahuvi klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 120
Tabel 7.19. Kultuurisuhte klastrid ... 122
Tabel 7.20. Kultuurisuhte klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 123
Tabel 7.21. Väärtuste faktorkaalude keskmised kultuurisuhte klastrites ... 124
Tabel 7.22. Kultuurilise, majandusliku ja sotsiaalse kapitali omamine kultuurisuhte klastrites ... 124
Tabel 7.23. Kultuurisuhte klastrite jaotumine ühiskonnakihtidesse ... 125
Tabel 7.24. Osalus ja hoiakud kultuurisuhte klastrites ... 125

Tabel 8.1. Raha jätkumine arvuti jaoks ja ajakirjanduse tellimiseks (keele- ja sissetulekurühmades) ... 132
Tabel 8.2. Korrelatsioonikoefitsiendid erinevate usaldushinnangute vahel ... 133
Tabel 8.3a. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades) ... 136
Tabel 8.3b. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (sissetulekurühmades) ... 139
Tabel 8.3c. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (haridusrühmades) ... 140
Tabel 8.3d. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (elukoharühmades) ... 141

Tabel 9.1. Arvutikasutuse tegevuste pingerida rahvarühmades ... 150
Tabel 9.2. Arvutikasutuse faktoranalüüsi lahend ... 152
Tabel 9.3. Internetis pakutavate teenuste faktoranalüüsi lahend ... 155
Tabel 9.4. Internetikasutajate tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis ... 157
Tabel 9.6. Kodune internetiühendus internetikasutajate tüüpides ... 158
Tabel 9.7. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise ja suhtluskanalitele (internetikasutajate tüüpides) ... 158
Tabel 9.8. Internetiga seotud hoiakute faktormaatriks ... 159
Tabel 9.9. Internetiga seotud hoiakute esindatus rahvarühmades ... 160
Tabel 9.10. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise kanalitele ... 161
Tabel 9.11. Olulisushinnangud erinevatele suhtluskanalitele ... 161

Tabel 10.1. Mittekodanike ja täisealiste kodanike jagunemine aktiivsusindeksi alusel ... 167
Tabel 10.2. Poliitilise tüpoloogia tüüpide vanuseline koosseis ... 171
Tabel 10.3. Poliitilise tüpoloogia tüüpide hariduslik koosseis ... 172
Tabel 10.4. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus sissetuleku järgi ... 173
Tabel 10.5. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus asulatüübi järgi ... 174
Tabel 10.6. Täisealiste kodanike ametigrupid ... 175
Tabel 10.7. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus ametigruppide järgi ... 175
Tabel 10.8. Usaldus presidendi ja Riigikogu vastu Eesti valijate seas ... 177

Tabel 11.1. Euroopa Liidu imago Eestis ... 185
Tabel 11.2. Eesti Vabariigi imago ... 185
Tabel 11.3. Klasteranalüüs Euroopa Liitu iseloomustavate joonte sarnasuse põhjal ... 187
Tabel 11.4. Klasteranalüüs Eesti Vabariiki iseloomustavate joonte sarnasuse põhjal ... 188

Tabel 11.5. Imagoklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 189
Tabel 11.6. Euroopa Liidu imago faktorid eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 190
Tabel 11.7a. Euroopa Liidu imagoklastrid eestlaste seas ... 191
Tabel 11.7b. Euroopa Liidu imagoklastrid venekeelsete vastajate seas ... 193
Tabel 11.8a. Euroopa Liidu imagoklastrite koosseis eestlaste seas ... 192
Tabel 11.8b. Euroopa Liidu imagoklastrite koosseis venekeelsete vastajate seas ... 194
Tabel 11.9. Euroopa Liidu imago liitumise pooldajate ja vastaste seas ... 194
Tabel 11.10. Euroopa Liidu imago euroreferendumi eel ja järel ... 195
Tabel 11.11. Euroopa Liidu imago euroreferendumil osalenute ja mitteosalenute seas ... 196

Tabel 12.1a. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (keele-, soo- ja vanuserühmades) ... 204
Tabel 12.1b. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (elukoharühmades) ... 205
Tabel 12.1c. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (haridus- ja sissetulekurühmades) ... 207
Tabel 12.2. Kulutuste pingerida madalaimas sissetulekurühmas (kuni 1500 EEK) ... 208
Tabel 12.3. Kulutuste pingerida kõrgeimas sissetulekurühmas (üle 6000 EEK) ... 209
Tabel 12.4. Tarbimisliku ükskõiksuse esinemine konsumeristliku hoiaku eri tasemetel ... 212
Tabel 12.5. Väärtuste faktorite faktorkaalude keskmised konsumerismi indeksi väärtusklassides 212
Tabel 12.6. Väärtuste faktorite faktorkaalude keskmised tarbimisliku ükskõiksuse indeksi väärtusklassides ... 212
Tabel 12.7. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised konsumerismi indeksi väärtusklassides 213
Tabel 12.8. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised tarbimisliku ükskõiksuse indeksi väärtusklassides ... 213
Tabel 12.9. Konsumeristliku hoiaku tase elulaadiklastrites ... 214
Tabel 12.10. Tarbimislikult ükskõikse hoiaku tase elulaadiklastrites ... 214

Tabel 13.1. Kultuurilise kapitali koondindeksi koosseis ... 218
Tabel 13.2. Kultuuriosaluse indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 219
Tabel 13.3. Raamatuhuvi mitmekesisuse indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 220
Tabel 13.4. Kultuurilise kapitali koondindeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 220
Tabel 13.5. Sotsiaalse kapitali koondindeksi koosseis ... 222
Tabel 13.6. Sotsiaalse võrgustikukapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 223
Tabel 13.7. Sotsiaalse osaluskapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 223
Tabel 13.8. Sotsiaalse kapitali koondindeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 223
Tabel 13.9. Majandusliku kapitali indeksi koosseis ... 224
Tabel 13.10. Majandusliku kapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine ... 224
Tabel 13.11. Kultuurihuvi indeks rahvarühmades ... 225
Tabel 13.12. Kultuuritegevuse indeks rahvarühmades ... 226
Tabel 13.13. Kultuuriressursi indeks rahvarühmades ... 226
Tabel 13.14. Kultuurilise kapitali koondindeks rahvarühmades ... 227
Tabel 13.15. Sotsiaalse võrgustikukapitali indeks rahvarühmades ... 227
Tabel 13.16. Sotsiaalse osaluskapitali indeks rahvarühmades ... 228
Tabel 13.17. Sotsiaalse kapitali koondindeks rahvarühmades ... 228
Tabel 13.18. Majandusliku kapitali indeks rahvarühmades ... 229
Tabel 13.19. Kapitalide omavahelised korrelatsioonid ... 230

Tabel 14.1. Üldhoiak muutuste suhtes (keele-, soo- ja vanuserühmades) ... 232
Tabel 14.2. Hinnangud muutustele eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 232
Tabel 14.3. Vastajate prognoos oma pere olukorra muutumisele (rahvarühmades) ... 234
Tabel 14.4. Elu paremuse/halvemuse suunas muutumise hinnangu seosed teiste tunnustega ... 234
Tabel 14.5. Muutustehinnangute klastrid ... 235

Tabel 14.6. Hinnanguklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis ... 237
Tabel 14.7. Sotsiaalsed ja liberaalsed hoiakud hinnanguklastrites ... 239
Tabel 14.8. Väärtushinnangute keskmisest statistiliselt oluliselt erinevad väärtused hinnanguklastrites ... 240
Tabel 14.9. Poliitiline osalus hinnanguklastrites ... 243
Tabel 14.10. Aktiivsus majandusväljal hinnanguklastrites ... 243
Tabel 14.11. Omandireformi mõjud hinnanguklastrites ... 243
Tabel 14.12. Elutingimused hinnanguklastrites ... 244
Tabel 14.13. Kultuuriline aktiivsus hinnanguklastrites ... 244
Tabel 14.14. Meediakasutus hinnanguklastrites ... 245
Tabel 14.15. Päeva- ja nädalalehtede pidevad lugejad hinnanguklastrites ... 245

Tabel 15.1. Vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus kahes uurimuses ... 255
Tabel 15.2. Vastajate tööalane positsioon ja enesehinnangul põhinev asend ühiskonnas ... 256
Tabel 15.3. Praeguste kihihinnangute ja minevikukujutluste vahekord ... 257
Tabel 15.4. Kihtikuuluvuse enesehinnang asulatüübi lõikes ... 260
Tabel 15.5. Linna- ja maainimeste enesehinnanguline kihtikuuluvus ... 260
Tabel 15.6. Ühiskonnakihtide keskmine vanus ... 260
Tabel 15.7. Enesehinnanguline kihtikuuluvus vanuserühmades ... 261
Tabel 15.8. Eesti- ja venekeelsete vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus vanuserühmades ... 262
Tabel 15.9. Ühiskonnakihtide majanduslikku positsiooni iseloomustavad näitajad ... 263
Tabel 15.10. Enesehinnanguline kihtikuuluvus sissetulekurühmades ... 263
Tabel 15.11. Kihtikuuluvuse enesehinnang sõltuvalt töö iseloomust ... 263
Tabel 15.12. Ärikogemused ühiskonnakihtides ... 264
Tabel 15.13. Autoomanike osakaal ühiskonnakihtides ... 265
Tabel 15.14. Konsumerismi indeksi väärtused ühiskonnakihtides ... 265
Tabel 15.15. Tarbijakäitumine ühiskonnakihtides ... 267
Tabel 15.16. Võõrkeelte kasutamise ulatus ühiskonnakihtides ... 268
Tabel 15.17. Kultuuriline kapital ja selle erinevad komponentindeksid ühiskonnakihtides ... 269
Tabel 15.18. Kultuuritarbimise aktiivsus ühiskonnakihtides ... 269
Tabel 15.19. Kultuurilise kapitali indeksi väärtused ühiskonnakihtides ... 269
Tabel 15.20. Infoallikate mitmekülgsus ühiskonnakihtides ... 271
Tabel 15.21. Üldise informeerituse enesehinnang ühiskonnakihtides ... 271
Tabel 15.22. Erinevate meediakanalite tähtsus infoallikana ühiskonnakihtides ... 271
Tabel 15.23. Raha jätkumine ajakirjanduse tellimiseks ühiskonnakihtides ... 271
Tabel 15.24. Ajalehtede pidevad lugejad ühiskonnakihtides (eestikeelsed vastajad) ... 272
Tabel 15.25. Arvutikasutuse pädevus ja Interneti kasutamise mitmekülgsus ühiskonnakihtides ... 272
Tabel 15.26. Sotsiaalse kapitali koondindeksi väärtused ühiskonnakihtides ... 273
Tabel 15.27. Osalemine mitteformaalses ning tööalases sotsiaalses suhtluses ja kodanikeühendustes (ühiskonnakihtides) ... 274
Tabel 15.28. Elulaadiklastrid ühiskonnakihtides ... 277
Tabel 15.28. Poliitiline apaatia ja maailmavaade ühiskonnakihtides ... 279
Tabel 15.29. Suhtumine muutustesse ühiskonnakihtides ... 281
Tabel 15.30. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemuste võrdlev ülevaade ... 282

Lisatabelid

Lisatabel 2.1. Väärtuste keskmised rahvarühmades ... 289
Lisatabel 2.2. Väärtuste olulisusjärjekord eesti- ja venekeelsete vastajate seas (1991–2003) ... 290
Lisatabel 2.3. Väärtuste faktoranalüüsi 5-faktoriline lahend ... 291

Lisatabel 3.1. Identiteedi tunnuste faktoranalüüsi 6-faktoriline lahend ... 292
Lisatabel 3.2. Identiteedi tunnuste faktorkuuluvus (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) ... 293
Lisatabel 3.3. Identiteedi faktorgruppidesse kuuluvus rahvarühmades ... 295

Lisatabel 5.1. Liikuvuse üldtunnused (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades) 297
Lisatabel 5.2. Kokkupuuted ja kontaktid eri maadega
(keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades) 398
Lisatabel 5.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest
(keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades) 300
Lisatabel 5.4. Avatus teistele kultuuridele (keele-, vanuse- ja sissetulekurühmades) 302
Lisatabel 5.5. Soov elada teistes maades (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades) 304
LIsatabel 5.6. Personaalne rahvusvaheline ruum 1990. aastate keskel 305
Lisatabel 5.7. Personaalne rahvusvaheline ruum 2002–2003 305

Lisatabel 6.1. Tegevuste iseärasused elulaadi tüüpides 306
Lisatabel 6.2. Elulaadi tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis 308
Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides 310
Lisatabel 6.4. Meelelahutuseks eelistatavad tegevused elulaadi tüüpides 316
Lisatabel 6.5. Ilu ja tasakaalu leidmiseks eelistatavad tegevused elulaadi tüüpides 317

Lisatabel 7.1. Raha jätkumine raamatute ostmiseks 318
Lisatabel 7.2. Erinevate raamatuliikide olemasolu praeguses kodus (raamatuhuvi klastrites) 319
Lisatabel 7.3. Lugemine ja raamatukogu külastamine raamatuhuvi klastrites 319
Lisatabel 7.4a. Meeste ja naiste muusikaeelistuste pingerida 320
Lisatabel 7.4b. Muusikaeelistuste pingerida eesti- ja venekeelsete vastajate seas 320
Lisatabel 7.4c. Muusikaeelistuste pingerida vanuserühmades 321
Lisatabel 7.5a. Filmieelistused (keele-, soo- ja haridusrühmades) 322
Lisatabel 7.5b. Filmieelistused vanuserühmades 323

Lisatabel 8.1. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu kodus,
soovid ja võimalused seda saada (eesti- ja venekeelsed vastajad) 324
Lisatabel 8.2a. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 324
Lisatabel 8.2b. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu (elukoha- ja sissetulekurühmades) 325
Lisatabel 8.3. Üldised hoiakud ja harjumused meedia suhtes
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 326
Lisatabel 8.4a. Üldine meediasuhe (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 327
Lisatabel 8.4b. Üldine meediasuhe (elukoha- ja sissetulekurühmades) 328
Lisatabel 8.5a. Traditsioonilise meedia kasutus (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 329
Lisatabel 8.5b. Traditsioonilise meedia kasutus (elukoha- ja sissetulekurühmades) 330
Lisatabel 8.6a. Olulisemate ajalehtede regulaarne ja juhuslik lugemine
(eestlased; soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 331
Lisatabel 8.6b. Olulisemate ajalehtede regulaarne ja juhuslik lugemine
(eestlased; elukoha- ja sissetulekurühmades) 332
Lisatabel 8.7a. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine
(venekeelsed vastajad; soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 333
Lisatabel 8.7b. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine
(venekeelsed vastajad; elukoha- ja sissetulekurühmades) 334
Lisatabel 8.8a. Eri ajakirjaliikide mõjuväljas olemine ja regulaarne lugemine
(eestlased; soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 336
Lisatabel 8.8b. Eri ajakirjaliikide mõjuväljas olemine ja regulaarne lugemine
(eestlased; elukoha- ja sissetulekurühmades) 337
Lisatabel 8.9. Erinevate kanalite tähtsus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 338
Lisatabel 8.10. Erinevate tegevuste ja meediakanalite eelistamine ajaviiteks ja meelelahutuseks
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 340
Lisatabel 8.11. Erinevate tegevuste ja meediakanalite eelistamine hingelise tasakaalu allikana
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 341
Lisatabel 8.12. Huvi erinevate teemavaldkondade vastu
(keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) 342
Lisatabel 8.13. Meediakasutuse tüpoloogia koondtunnuste (indeksite) alusel 344

Lisatabel 8.14. Meediakasutuse tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis ... 345
Lisatabel 8.15. Meediakasutuse tüpoloogia uudiste ja teadmiste allikate olulisushinnangute alusel ... 346
Lisatabel 8.16. Infoallikate olulisuse tüüpide sotsiaal-demograafiline iseloomustus ... 347

Lisatabel 9.1. Mobiiltelefoni kasutamine rahvarühmades ... 348
Lisatabel 9.2. Arvutikasutamise kohad ja sagedus rahvarühmades (arvutikasutajate alavalim) ... 349
Lisatabel 9.3. Arvutikasutajate tüübid, arvutikasutusoskused ja arvutikasutuse mitmekülgsus rahvarühmades (arvutikasutajate alavalim) ... 350
Lisatabel 9.4. Interneti kasutamise sagedus ja Interneti kasutuspraktikad rahvarühmades (internetikasutajate alavalim) ... 351
Lisatabel 9.5. Interneti kasutusaeg, kasutuskoht ja kommunikatiivne käitumine internetikasutajate tüüpides ... 354
Lisatabel 9.6. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise ja suhtluskanalitele (rahvarühmades) ... 356

Lisatabel 10.1. Poliitilise tüpoloogia tüüpide vanuseline koosseis ... 357
Lisatabel 10.2. Vanuserühmade jaotus poliitilise tüpoloogia tüüpide vahel ... 357
Lisatabel 10.3. Poliitiline tüpoloogia ja kuulumine ühendustesse ... 358

Lisatabel 12.1a. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades) ... 359
Lisatabel 12.1b. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (elukoha- ja sissetulekurühmades) ... 360

Lisatabel 13.1. Sotsiaalse ja majandusliku kapitali rühmade osakaal kultuurilise kapitali rühmades ... 362
Lisatabel 13.2. Sotsiaalse ja kultuurilise kapitali osakaal majandusliku kapitali rühmades ... 362
Lisatabel 13.3. Majandusliku ja kultuurilise kapitali rühmade osakaal sotsiaalse kapitali, osaluskapitali ja võrgustikukapitali rühmades ... 362
Lisatabel 13.4. Sotsiaalse osaluskapitali rühmade jaotumine sotsiaalse võrgustikukapitali rühmades ... 362

Lisatabel 15.1. Ühiskonnakihtide sotsiaal-demograafiline koosseis ... 363
Lisatabel 15.2. Ühiskonnakihtide erisused rahvarühmades ... 364
Lisatabel 15.3. Ühiskonnakihtide rahaline jõukus ... 365
Lisatabel 15.4. Kihtikuuluvuse enesehinnanguga statistiliselt usaldusväärselt korreleeruvad tunnused eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 366
Lisatabel 15.5. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemused koguvalimi põhjal ... 367
Lisatabel 15.6. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemused (keele-, soo- ja vanuserühmades) ... 367

Joonised

Joonis 1.1 Uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* kontseptuaalne skeem ... 24

Joonis 2.1 Shalom Schwartzi väärtuste-süsteem ... 35
Joonis 2.2 Schwartzi mitmedimensiooniline väärtuste mudel ja väärtusrühmade koondkeskmised Eestis (2003) ... 36
Joonis 2.3. Faktoranalüüsi 5-faktorilise lahendi faktorgraaf ... 38

Joonis 4.1. Teise (eesti või vene) ja kolmanda (inglise) keele aktiivselt oskajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades) ... 63
Joonis 4.2. Teise (eesti või vene) ja kolmanda (inglise) keele kasutajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades) ... 64

Joonis 6.1. Väärtusorientatsioonid elulaadi tüüpides ... 91

Joonis 7.1. Meeste ja naiste aktiivsed kultuuriharrastused varem ja praegu ... 102
Joonis 7.2. Raamatuhuvi püramiid ... 104
Joonis 7.3. Muusikaeelistuste püramiid ... 109
Joonis 7.4. Filmieelistuste püramiid ... 113
Joonis 7.5. Teemahuvi püramiid ... 118

Joonis 8.1. Regulaarne meediatarbimine eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 134
Joonis 8.2. Eri kanalirühmade mittekasutajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 135

Joonis 9.1. Arvutikasutus rahvarühmades ... 149
Joonis 9.2. Koduarvuti mittekasutamise põhjused ... 149
Joonis 9.3. Arvutikasutusoskuste enesehinnang rahvarühmades ... 151
Joonis 9.4. Arvutikasutuse faktorkaalude keskmised arvutikasutuse klastrites ... 152
Joonis 9.5. Arvutikasutajate tüüpide esinemine rahvarühmades ... 153
Joonis 9.6. Arvutikasutusoskuste enesehinnang arvutikasutajate tüüpides ... 154
Joonis 9.7. Internetikasutus rahvarühmades ... 154
Joonis 9.8. Internetikasutuse faktorkaalude keskmised internetikasutuse klastrites ... 156

Joonis 10.1. Täisealiste kodanike lihtsustatud aktiivsusindeks ... 167
Joonis 10.2. Aktiivsusindeksi seos respondentide toetusega Riigikogus esindatud erakondadele ... 168
Joonis 10.3. Eesti täisealiste kodanike aktiivsusindeksi ja erakondliku määratletuse risttabel ... 169
Joonis 10.4. Eesti täisealiste kodanike poliitiline tüpoloogia ... 169
Joonis 10.5. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus emakeele järgi ... 171
Joonis 10.6. Poliitilise tüpoloogia tüüpide sooline koosseis ... 172
Joonis 10.7. Usaldus riiklike institutsioonide vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 177
Joonis 10.8. Usaldus Riigikogu vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 177
Joonis 10.9. Usaldus presidendi vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 177
Joonis 10.10. Toetus liitumisele Euroopa Liiduga poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 178
Joonis 10.11. Euroopa Liidu pooldajate ja vastaste vahe poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 178
Joonis 10.12. Ajalehtede lugemise aktiivsus poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 179
Joonis 10.13. Kultuurivara omamine poliitilise tüpoloogia tüüpides ... 179
Joonis 10.14. Valimisaktiivsus poliitilise tüpoloogia tüüpides (1990–2002) ... 180

Joonis 11.1. Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagod ... 186
Joonis 11.2. Euroopa Liidu imagoklastrite osakaal soo- ja vanuserühmades ... 187
Joonis 11.3. Euroopa Liidu imago euroreferendumil poolt- ja vastuhääletanute seas ... 197

Joonis 12.1. Konsumerismi indeks vanuserühmades ... 211

Joonis 14.1. Muutustehinnangute erinevus keskmisest eesti- ja venekeelsete vastajate seas ... 233
Joonis 14.2. Eesti- ja venekeelsete vastajate jaotumine hinnanguklastritesse ... 236
Joonis 14.3. Hinnanguklastrite koosseis rahalise jõukuse indeksi alusel ... 237
Joonis 14.4. Hinnanguklastrite koosseis kihtikuuluvushinnangu alusel ... 238
Joonis 14.5. Hinnanguklastrite koosseis negatiivse elukogemuse indeksi alusel ... 241
Joonis 14.6. Hinnanguklastrite koosseis tervisehinnangu alusel ... 242
Joonis 14.7. Hinnanguklastrite koosseis üldise informeerituse alusel ... 245
Joonis 14.8. Usaldus riiklike institustioonide vastu hinnanguklastrites ... 246
Joonis 14.9. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *avatud–suletud*-skaalal hindamise alusel ... 247
Joonis 14.10. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *oma–võõras*-skaalal hindamise alusel ... 247
Joonis 14.11. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *ebasõbralik–sõbralik*-skaalal hindamise alusel ... 247
Joonis 14.12. Süsteemi, subjekti ja representatsioonide seosed ühiskondlike muutuste protsessis ... 248

Joonis 15.1. Kihtikuuluvuse enesehinnangu kujunemise teoreetiline mudel ... 253
Joonis 15.2. Vastajatele ankeedis *Mina. Maailm. Meedia* esitatud astmestik enda kihtikuuluvuse hindamiseks ... 255
Joonis 15.3. Vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus ... 255
Joonis 15.4. Vastajate jaotumine sissetuleku järgi ... 255

KUSTUTATUD
23. 02. 2026
Viimsi Raamatukogu

Joonis 15.5. Vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1980. aastate lõpul 257
Joonis 15.6. Vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. aastate lõpul 257
Joonis 15.7. Eesti- ja venekeelsete vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus 258
Joonis 15.8. Eestikeelsete vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. ja 1980. aastate lõpul 259
Joonis 15.9. Venekeelsete vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. ja 1980. aastate lõpul 259
Joonis 15.10. Meeste ja naiste enesehinnanguline kihtikuuluvus 261
Joonis 15.11. Ühiskonnakihtide vanuseline koosseis 264
Joonis 15.12. Ühiskonnakihtide koosseis rahalise jõukuse alusel 266
Joonis 15.13. Raha jätkumine erinevateks vajadusteks ühiskonnakihtides 267
Joonis 15.14. Ühiskonnakihtide koosseis elukeskkonna uuendamise alusel 267
Joonis 15.15. Ühiskonnakihtide hariduslik koosseis 268
Joonis 15.16. Ühiskonnakihtide koosseis keelteoskuse alusel 270
Joonis 15.17. Ühiskonnakihtide koosseis koduste kommunikatsioonivahenditega varustatuse alusel 271
Joonis 15.18. Ühiskonnakihtide koosseis ajalehtede lugemise aktiivsuse alusel 272
Joonis 15.19. Ühiskonnakihtide koosseis televaatamise kestuse alusel 273
Joonis 15.20. Usaldus erinevate meediakanalite vastu ühiskonnakihtides 273
Joonis 15.21. Usaldusindeksite väärtused ühiskonnakihtides 274
Joonis 15.22. Ühiskonnakihtide koosseis tervisehinnangu alusel 275
Joonis 15.23. Ühiskonnakihtide koosseis riskivalmiduse alusel 275
Joonis 15.24. Ühiskonnakihtide koosseis ettevõtlikkuses veendumuse alusel 276
Joonis 15.25. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised ühiskonnakihtides 276
Joonis 15.26. Väärtusfaktorite faktorkaalude keskmised ühiskonnakihtides 277
Joonis 15.27. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate Eesti-sisese liikuvuse alusel 278
Joonis 15.28. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate välismaakogemuse alusel 278
Joonis 15.29. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate Põhjamaade-kogemuse ja -kontaktide alusel 279
Joonis 15.30. Ühiskonnakihtide koosseis maailmavaate alusel 279
Joonis 15.31. Erakondade pooldajaskond ühiskonnakihtides 280
Joonis 15.32. Hinnangud erinevates eluvaldkondades toimunud muutustele (ühiskonnakihtides) 281
Joonis 15.33. Ühiskonnakihtide koosseis sotsiaalse optimismi alusel 281
Joonis 15.34. Ühiskonnakihtide koosseis sotsiaalse pessimismi alusel 281

AUTORID

Valeria Jakobson, *PhD* (meedia ja kommunikatsioon) on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna lektor ja teadur. Peamiseks uurimisvaldkonnaks on rahvusvähemuste meedia, selle roll ühiskonna arengus, vähemusauditoorium. E-post: valeria.jakobson@ut.ee

Veronika Kalmus, *PhD* (sotsioloogia), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna teadur. Peamiseks uurimisvaldkonnaks on seosed ühiskonna, meedia ja indiviidi vahel (sh sotsialisatsiooniprotsessid), mis avalduvad läbi meedia sisu ja kasutamise aspektide. E-post: veronika.kalmus@ut.ee

Aare Kasemets, *MA* (sotsioloogia), on Tartu Ülikooli sotsioloogia doktorant, sh osalises välisõppes Oxfordi Ülikoolis (sotsiaal-õiguslikud uuringud). Uurimisaladeks on õigus- ja kommunikatsioonisotsioloogia seosed, sotsiaalteaduslike uuringute kasutamine poliitikate planeerimises, õigusloomes ja mõjude hindamises ning demokraatia ja kodanikeühiskonna teooriad poliitilises sotsioloogias. E-post: aare.kasemets@ut.ee

Margit Keller, *MA* (meedia ja kommunikatsioon), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna lektor ning lõpetamas meedia ja kommunikatsiooni alast doktoritööd tarbimiskultuuri arengust taasiseseisvumisjärgses Eestis nõukogude kogemuse taustal. Peamine uurimisvaldkond hõlmab erinevaid kultuurivorme siirdeperioodi Eesti tarbijakultuuris, nt brändimist, "šoppamist", erinevate elanikkonnagruppide tarbimispraktikaid ning tarbimiskultuuri representatsioone. E-post: margit.keller@ut.ee

Marju Lauristin, *PhD* (filoloogiakandidaat), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna professor. Peamiseks uurimisvaldkonnaks on sotsiaalsed, poliitilised ja kultuurilised muutused siirdeühiskondades. E-post: marju.lauristin@ut.ee

Maarja Lõhmus, *PhD* (meedia- ja kommunikatsiooniteadused), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna dotsent. Uurimisvaldkondadeks on meediaprotsess Eesti kultuurikontekstis, meediaavalikkus, Eesti meedia, sh elektroonilise meedia muutumine, meediateooriad, tsensuuri- ja kultuuriuuringud, semiootika. E-post: maarja.lohmus@ut.ee

Anu Masso, *MA* (sotsioloogia), on Tartu Ülikooli meedia ja kommunikatsiooni doktorant, sh osalises välisõppes Viini Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooniteaduste osakonnas. Peamisteks uurimisvaldkondadeks on Eesti elanikkonna kollektiivsete identiteetide kujunemise teed ning sotsiaalne ruum meediatarbimise ja kommunikatsioonivälja kontekstis. E-post: anum@ut.ee

Annika Nigul, *MA* (meedia ja kommunikatsioon), on Tartu Ülikooli meedia ja kommunikatsiooni doktorant ning töötab Saku vallavalitsuses avalike suhete nõunikuna. On tegelenud elulaadide empiirilise analüüsiga, doktoritöö teema on "Meedia elustiilide kujundajana ja interpreteerijana". E-post: annika.nigul@sakuvald.ee

Aune Past, *MA* (ajakirjandus), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna lektor, Tartu Ülikooli ja Helsingi Ülikooli doktorant. Peamised uurimisvaldkonnad on imago tekkeprotsess ja imago mõju käitumisele (Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi näitel) ning suhtekorraldus (organisatsiooni maine uuringud). E-post: aune.past@ut.ee

Pille Pruulmann-Vengerfeldt, *MA* (meedia ja kommunikatsioon), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna teadur ning meedia ja kommunikatsiooni doktorant. Uurimisvaldkondadeks on sotsiaalsed, poliitilised ja kultuurilised aspektid infoühiskonnas, uus meedia (arvutid ja Internet) ja selle kasutajad ning küberkogukonnad. E-post: pille.vengerfeldt@ut.ee

Mart Raudsaar, *MPhil* (meediauuringud), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna õppejõud ning meedia ja kommunikatsiooni doktorant. Uurimisvaldkonnad on seotud praktilise ajakirjanduse ja poliitilise kommunikatsiooniga. E-post: mart.raudsaar@ut.ee

Pille Runnel, *MA* (etnoloogia), on Tartu Ülikooli meedia ja kommunikatsiooni doktorant ning töötab teadurina Eesti Rahva Muuseumis. Peamisteks uurimissuundadeks on sotsiaalsed ja kultuurilised praktikad infoühiskonnas, uus meedia ja meediakasutus. E-post: piller@jrnl.ut.ee

Rauno Salupere, *BA* (sotsioloogia), on Tartu Ülikooli sotsioloogia magistrant. Peamiseks uurimisvaldkonnaks on meedia roll ühiskondlike protsesside kujundajana. E-post: rauno.salupere@ut.ee

Peeter Vihalemm, *PhD* (psühholoogiakandidaat), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna professor. Peamisteks uurimissuundadeks on meediasüsteem ja meediakasutus siirdeühiskondades ning muutused rahvusvahelises sotsiaalses ruumis. E-post: peeter.vihalemm@ut.ee

Triin Vihalemm, *PhD* (massikommunikatsioon), on Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna dotsent. Peamisteks uurimisvaldkondadeks on sotsiaalne identiteet, keelesuhted ja väärtused globaliseeruvas kultuuri- ja meediaruumis. E-post: triin.vihalemm@ut.ee

SAATEKS

Vaatamata süvenevale rahvusvahelistumisele ja rahvusvaheliste publikatsioonide üha suuremale väärtustamisele, muutuvad järjest olulisemaks ka teaduslikud publikatsioonid eesti keeles. Võiks isegi öelda, et need muutuvad enam oluliseks eelnimetatud tendentside tõttu, arendades eestikeelse ühiskonna eneseteadvust, mille arenematust võib pidada üheks kõige tõsisemaks probleemiks tänases Eestis.

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond avab käesoleva raamatuga publikatsioonide sarja *Studia societatis et communicationis*, milles on kavas avaldada uurimusi Eesti ühiskonnast, meediast, ajakirjandusest, kommunikatsioonist nii kogu ühiskonna kui erinevate organisatsioonide tasandil. Arvame, et sellesse sarja sobivad ühelt poolt uurimisrapordid, nagu seda on käesolev väljaanne, teiselt poolt parimate magistri- ja bakalaureusetööde põhitulemused.

Käesolev raamat annab ülevaate Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* (lühendatult MeeMa) peamistest tulemustest, pöörates lisaks ilmnenud tendentsidele suurt tähelepanu ka analüüsi metodoloogiale ja meetoditele. Kokku 15 autori tööna valminud teos kujutab endast suuremahulise ning edaspidi jätkuva uurimuse vahekokkuvõtet. Jätkuv koostöö Södertörni Kõrgkooli meediauurijatega Rootsist viib lähiaastatel loodetavasti inglisekeelse võrdleva ülevaateraamatuni, jätkub ka rahvusvaheliste publikatsioonide avaldamine.

Käesoleva raamatu väljaandmise peamiseks eesmärgiks on MeeMa empiirilise andmestiku, selle kogumiseks kasutatud küsimustiku ning tulemuste analüüsi loogika võimalikult täielik avaldamine eesti keeles. Soovime selle raamatuga pakkuda võimalust diskussiooniks ning võrdlevateks analüüsideks Eesti sotsiaalteadlastele, õppevahendit sotsiaalteaduslike erialade üliõpilastele ning mõtteainet kõigile neile, keda huvitab Eesti areng siirdeperioodil ja ühiskonna praegune seisund, terviklik ülevaade elavikust erinevates rahvarühmades.

Kogumiku toimetajad tänavad kõiki autoreid ning MeeMa küsimustiku koostamisel osalenuid. Uurimisgrupi ühised tänusõnad väga asjaliku ja ladusa koostöö eest andmekogumisel ja -analüüsil kuuluvad uuringufirmale Faktum, eriti Juhan Kivirähkile ja Veiko Vaadele. Asjatundlike nõuannete ja/või abi eest andmeanalüüsil avaldame paljude autorite nimel tänu Liina-Mai Toodingule, Rein Murakale, Andu Rämmelile, Tuuli Ruusile ja Agu Nigulile. Täname paljusid üliõpilasi, eriti 2004. a kevadel kultuuriuuringute kursusel osalenuid, kes andmestikuga töötasid ja uusi küsimusi tõstatasid. Täname ka kõiki küsitletavaid, kelle tõsine süvenemine mahukasse küsimustikku, vastuste põhjalikkus ja siirus olid sisukate ja usaldusväärsete tulemuste oluliseks eelduseks.

Meie eriline tänu kuulub Roosmarii Kurvitsale, kes lisaks suuremahulisele küljendustööle aitas raamatut vormiliselt ja sõnastuslikult palju ühtlasemaks ja selgemaks muuta. Raamatule ja ühtlasi kogu uue sarja ilmele on andnud lihvi Tiit Hennoste kaanekujundus. Abi ja nõu eest raamatu toimetamisel täname ka Peeter Vihalemma.

Toimetajad
Tartus, 16. oktoobril 2004

1

SISSEJUHATUS: UURIMUSE *MINA. MAAILM. MEEDIA* METODOLOOGIAST JA TÄHENDUSEST

Marju Lauristin, Peeter Vihalemm

Käesolev köide toob lugejate ette ülevaate Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* (lühendatult MeeMa) põhilistest tulemustest. Selle uurimusega taaselustus Tartu Ülikooli meediauuringutes suure ankeedi ja esindusliku küsitluse traditsioon, mis oli täisküpsuses 1980. aastate alguse ajalehe- ja raamatu-uuringutes ning varjusurmas üle kümne aasta 1991. aastast alates (vt Vihalemm 2004).

Uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* üldine eesmärk oli luua sotsioloogiline tervikpilt Eesti ühiskonnas toimunud sotsiaalsetest muutustest läbi spetsiifilise *meediaühiskonna* prisma. Uurimuse kontseptuaalne skeem (vt joonis 1.1) osutab arusaamale, et inimeste toimetulek ühiskonnas toimuvate muutustega ning enese positsioneerimine uutes sotsiaalsetes oludes (institutsionaalses, tehnoloogilises, sotsiaalses, ideoloogilises ja kultuurilises keskkonnas) ei kujune mitte ainult n-ö objektiivsete tegurite mõjul, vaid sõltub paljuski sellest, milline *sotsiaalne representatsioon* ehk kollektiivne kujutlus toimuvast on ühiskonnas meedia vahendusel kujunenud. Uurimuse keskne telg oli meediakasutus, kuid seda käsitleti väga laiaulatuslikus seoste süsteemis. Uurimusega püüti haarata kogu elumaailma, kujuteldavat tegelikkust, milles inimesed elavad. Fenomenoloogilises traditsioonis on seda tähistatud mõistega *Lebenswelt, lifeworld*.

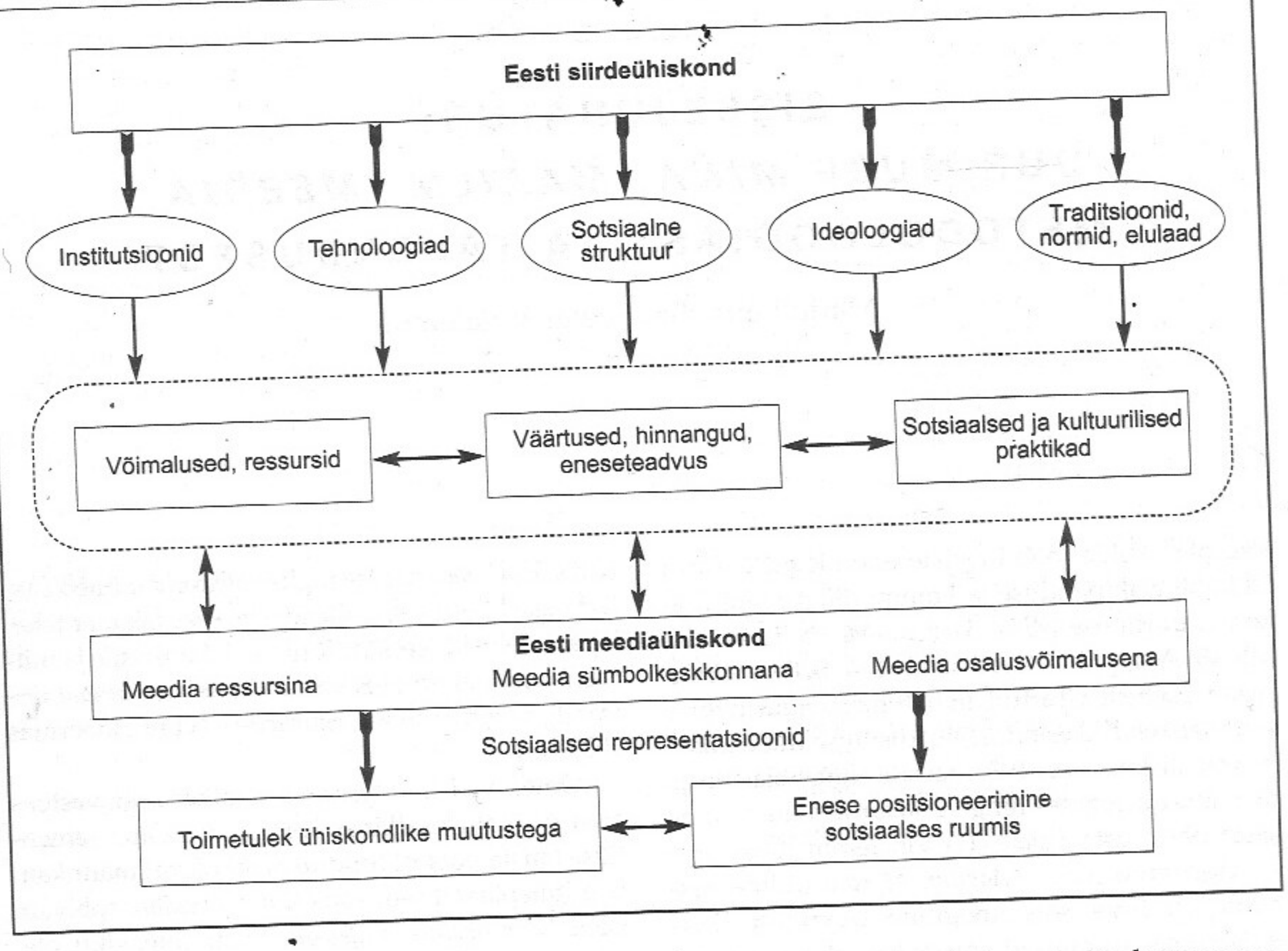
Siinkirjutajateni jõudis see mõiste 1970. aastate lõpul Alfred Shütz ja Thomas Luckmanni inspireeriva raamatu *The Stuctures of the Life-World* (1974) kaudu. Tõlkisime seda kui *elavikku* ja iseloomustasime kui maailma, mida inimesed läbi elavad, mis on nende jaoks subjektiivselt olemas (Lauristin & Vihalemm 1979). Kuigi kasutasime seda mõistet veel mõnes artiklis ja raamatus (nt Hion, Lauristin & Vihalemm 1988: 33–34), ei leidnud see tollases kontekstis kuigi laialdast levikut. Kui saksa *Lebenswelt* ja inglise *lifeworld* mõned aastad tagasi Eesti sotsiaalteadlaste seas laiemat tähelepanu leidsid (eeskätt Jürgen Habermasile ja mitmele teiselegi omases vastanduses *system and lifeworld*), tõlgiti seda kui *elumaailma* (vt nt Habermas 2001: 45).

Ometi valisime *lifeworld*i eestikeelseks vasteks oma raamatu pealkirjas just *elaviku*. Oma semantilise tausta poolest tundub *elavik* olevat mahukam ja mitmeplaanilisem sõna kui *elumaailm*, sobivam vaste *Lebenswelt*ile ja *lifeworld*ile kui mineviku, oleviku ja tuleviku, ajaliku ja igavikulise, isikliku ja üldise, välise ja sisemise dünaamilisele ühendusele. Seda kasvõi ülalnimetatud keskse opositsiooni mõttes – vastandus *süsteem ja elavik* tundub hoopis enam vastavat Habermasi (1987) analüüsi mitmekülgsusele ja sügavusele kui *süsteem ja elumaailm*.

Oma uurimuses oleme püüdnud saada pilti nii *süsteemi* poolt tingitud objektiivsete asjaolude kohta inimeste elus kui ka subjektiivsete hinnangute, kujutluste, eelistuste ja hoiakute kohta. Uurimuse kontseptuaalse skeemi põhiplokke jälgides (vt joonised 1.1 ja 15.1) on võimalik iga vastajat kirjeldada nii tema ressursside, väärtuste ja hinnangute kui ka talle omaste tegevuste ja harjumuste kaudu eeskätt meedia ja kultuuri vallas, aga ka poliitikas, ettevõtluses ning materiaalses tarbimises. Teisalt on iga vastaja iseloomustatav ka *elaviku* kategooriate kaudu, milleks on tema väärtused, identiteedid, sotsiaalse ruumi ja aja tajumine, enese kategoriseerimine sotsiaalse positsiooni kaudu, suhtumine ühiskonna institutsioonidesse ning toimunud muutustesse.

Neid erinevaid dimensioone andmeanalüüsi käigus omavahel seostades ja kombineerides püüame välja tuua teatud mustreid (tüüpe, klastreid), mis iseloomustavad inimeste toimimist ja positsioone erinevatel ühiskonna "väljadel" (Bourdieu 2003). Liikudes läbi raamatu peatükkide, võib

Joonis 1.1. Uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* kontseptuaalne skeem



lugeja neid mustreid omavahel võrrelda ning koos autoritega püüda vastust leida küsimusele: mis asi õieti on "tänapäeva Eesti ühiskond"?

Sellele küsimusele vastates tulevad peatükkide järjekorras käsitlemisele väärtused, identiteedid, keel, sotsiaalne ruum, elulaad, kultuuris osalemine ja maitse-eelistused, traditsioonilise ja uue meedia kasutamine, poliitiline aktiivsus, suhtumine Euroopa Liitu, käitumine tarbijana, majandusliku, sotsiaalse ja kultuurilise kapitali jaotus ühiskonnas, inimeste hinnangud muutustele, sotsiaalne kihistumine.

Selle raamatu koostamise ja väljaandmise siht on uurimuse empiirilise andmestiku, selle kogumiseks kasutatud küsimustiku ning tulemuste analüüsi samm-sammulise loogika võimalikult täielik avaldamine eesti keeles. Tahtsime seda teha veel enne kogu uurimisprojekti lõplike tulemuste-ni jõudmist (kavas on kordusuurimus ning võrdlus analoogilise metoodikaga saadud andmetega Rootsi ühiskonna kohta) ja analüüsi edenemist tasemeni, mida saaks fikseerida artiklitena rahvusvahelistes väljaannetes. Sellega tahame ühelt poolt pakkuda võimalust diskussiooniks ning võrdlevateks analüüsideks Eesti sotsiaalteadlaste professionaalsele kooskonnale, teisalt aga teha antud raamat kasutatavaks õppevahendina sotsiaalteaduste üliõpilastele uurimismeetodite kursuse raames.

1. Küsimustiku valmimine, küsitluse käik

Uuringut *Mina. Maailm. Meedia* hakati TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas ette valmistama 2001. a sügisel. Küsimustiku esimene variant valmis järgmise aasta suveks, augustis 2002 tehti esimene prooviküsitlus, küsimustiku redigeerimine lõppes novembri alguseks 2002. Seega võib öelda, et küsimustiku ettevalmistamine kestis rohkem kui aasta. Sellest ja hilisemast tulemuste analüüsist võttis osa 19 inimest: 11 õppejõudu ja teadurit, 8 doktoranti ja magistranti. Töögruppi juhtis Marju Lauristin, sellesse kuulusid (tähestikulises järjekorras) Valeria Jakobson, Veronika Kalmus, Aare Kasemets, Margit Keller, Külliki Korts, Ragne Kõuts-Klemm, Elo Lindi, Maarja Lõhmus, Anu Masso, Annika Nigul, Aune Past, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Mart Raudsaar, Pille Runnel, Rauno Salupere, Piia Tammpuu, Peeter Vihalemm, Triin Vihalemm.

Nii eesti kui vene keeles koostatud küsimustik koosnes kahest osast, kirjalikust ja suulisest (vt lisa 3). Kirjalik küsimustik (45-leheküljeline ankeet

A4-formaadis) sisaldas 666 tunnust, mis olid jagatud järgmistesse plokkidesse: hinnangud muutustele; huvid ja väärtused; kontaktid, liikumisvõimalused; huvi teiste maade, kultuuride vastu; elulaad, harjumused, tegevused; osalemine ettevõtluses ja projektides; kultuuriharrastused; keelekasutus; meediakasutus, infokanalid; arvuti ja Internet; elukoht, eluase; sissetulek, materiaalne olukord. Vastajat esimest korda kodus külastades jättis küsitleja talle täitmiseks ankeedi, kokkulepitud ajal tagasi tulles esitas täiendavad suulised küsimused viimasel 15 aastal toimunud elumuutuste, ajakirjanduse jälgimise, kirjandushuvi, kuuluvustunde (identiteedi), tarbimise ja ühiskondliku seisundi kohta. Enamust suulistest küsimustest ei esitatud mitte kõigile, vaid neile, kes olid ankeedis kasutanud üht või teist vastusevarianti. Küsitluse hõlbustamiseks olid küsimused ja vastusevariandid (eeskätt tabelina formuleeritud küsimuste ja vastuste puhul) trükitud eraldi kaartidele, mida vastajatele esitati vastavalt teistele küsimustele antud vastustele. Kokku oli kasutuses 9 küsimustekaarti, mille abil iga vastaja kohta fikseeriti kokku 117 tunnust. Koos küsitleja poolt fikseeritud tunnustega küsitluse koha ja aja, kestuse jms kohta ulatus algtunnuste arv 799-ni.

Samaaegselt küsimustiku koostamisega Tartus koostati samalaadne küsimustik ka Rootsis. Stockholmi eeslinnas Huddinges asuva Södertörni Kõrgkooli meediauurijate poolt koostati prof Göran Bolini juhtimisel 25-leheküljeline küsimustik *Skiftande medielandskap* (Muutuv meediamaastik), mille 670 tunnusest ligikaudu kaks kolmandikku on võrreldavad Eesti küsimustiku vastavate tunnustega. Selle alusel viidi detsembrist 2002 kuni märtsini 2003 läbi postiküsitlus Lõuna-Stockholmi piirkonnas 1271 vastajaga.

Uurimiskeskuse Faktum poolt läbiviiduna toimus küsitlus Eestis 1. detsembrist 2002 kuni 6. jaanuarini 2003, hõlmates esinduslikult 15–74-aastast Eesti elanikkonda.

Tabel 1.1. MeeMa üldkogum, planeeritud valim, tegelik valim ja kaalutud jaotus

	Üldkogum* (%)	Planeeritud valim	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Valimipunktide arv	Arv	%		Arv	%
Kokku	100,00	150	1470	100,00	1,0000	1470	100,00
Regioon							
Tallinn	30,37	46	449	30,54	0,9933	446	30,34
Põhja-Eesti	14,56	22	209	14,22	1,0239	214	14,56
Lääne-Eesti	11,79	18	179	12,18	0,9665	173	11,77
Tartu piirkond	13,50	20	189	12,66	1,0476	198	13,47
Lõuna-Eesti	11,54	17	173	11,77	0,9827	170	11,56
Virumaa	18,24	27	271	18,44	0,9889	268	18,23
Asulatüüp							
Pealinn	30,37	46	449	30,54	0,9933	446	30,34
Muu suurem linn	19,54	29	278	18,91	1,0324	287	19,52
Väikelinn	20,38	31	312	21,22	0,9615	300	20,41
Alevik, maa	29,71	44	431	29,32	1,0139	437	29,73
Vanus							
15–19	10,06		135	9,18	1,0963	148	10,07
20–29	18,15		284	19,32	0,9401	267	18,16
30–44	27,02		417	28,37	0,9520	397	27,01
45–54	17,77		232	15,78	1,1250	261	17,76
55–64	14,49		213	14,49	1,0000	213	14,49
65–74	12,50		189	12,86	0,9735	184	12,52
Sugu							
Mehed	46,51		675	45,92	1,0133	684	46,53
Naised	53,49		795	54,08	0,9887	786	53,47
Keel							
Eesti	65,90		983	66,87	0,9858	969	65,92
Vene	34,10		487	33,13	1,0287	501	34,08

* Seisuga 1. jaan 2002; allikas: Eesti Statistikaamet.

2. Valim

Uuringu üldkogumi moodustasid Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 aastat, kokku 1 047 151 inimest (Eesti Statistikaameti andmed seisuga 1. jaan 2002).

Planeeritud valimi suurus oli 1500 vastajat, sh 1000 inimest, kelle peamine suhtlemiskeel on eesti keel ja 500 inimest, kelle peamine suhtlemiskeel on vene keel. Valimi moodustamisel kasutati üldkogumi proportsionaalset mudelit piirkondade ja linna/maa lõikes ning mitmeastmelist tõenäosuslikku juhuvalikut.

Esmalt valiti mudeli alusel valimipunktid – kõigis piirkondades üle Eesti kokku 150. Valimipunktid täpsusega kuni lähteaadressi tasandini valiti asula suurusele (elanike arvule) proportsionaalse tõenäosusega. Valiku baasina kasutati Rahvastikuregistri aadressloendit.

Seejärel teostati vastaja valik – igas valimipunktis 10 inimest. Vastajate valikul rakendati lähteaadressi meetodit ja nn noore mehe reeglit ning kvooti peamise suhtlemiskeele alusel. Kvoodid määrati iga valimipunkti kohta eraldi, arvestades iga konkreetse piirkonna (konkreetse valimipunti asukoha) rahvusjaotust.

Küsitlustöö käigus kujunenud valimi sotsiaaldemograafilist struktuuri võrreldi vastavate üldkogumi näitajatega ja hinnangute täpsuse tõstmiseks teostati kaalumine. Andmed üldkogumi, planeeritud valimi, küsitlustöö käigus kujunenud vastanute tegeliku jaotuse ning teostatud kaalumise kohta on toodud tabelis 1.1.

3. Indeksite moodustamine ja normeerimine

Selleks et koondada ja üldistada küsitlustulemusi ning suurendada andmete usaldusväärsust, selgemini välja tuua vastuste üldtendentse, kasutati tulemuste analüüsimisel mitte ainult üksiktunnuseid, vaid ka koondtunnuseid (indekseid). Indeksite kasutamine kuulub Tartu Ülikoolis tehtud meediauuringute traditsioonidesse juba alates 1969. aastast, Ülo Vooglaiu poolt juhitud *Edasi* lugejaskonna uuringust (vt Vihalemm 2004).

799 üksiktunnuse põhjal moodustati 114 üldist koondtunnust, mille nimekiri ja koostis on toodud lisas 2. Nende moodustamisele oli mõeldud juba küsimustikku koostades, sest oli selge, et paljudele uurimisküsimustele saab paremini vastata just koondtunnuste abil. Enamus üldistest koondtunnustest on n-ö formaalsed või loogilised, moodustatavad juba enne küsitlust. Mõnede indeksite, näiteks elulaadiga või arvutite ja Internetiga seonduvate koondtunnuste koostamisel lähtuti tunnustevahelistest seostest, korrelatsioon- ja faktoranalüüsist. Lisaks üldkasutatavatele indeksitele moodustasid mitmed uurimisgrupi liikmed täiendavaid indekseid, lähtudes oma uurimisprobleemidest. Enamasti tugines lisaindeksite moodustamine põhjalikule eeltööle, faktor- ja klasteranalüüsile. Eriti huvipakkuvateks võib pidada katsetusi erinevate kapitalide (kultuurilise, sotsiaalse ja majandusliku) omamisega seonduvate indeksite moodustamisel (vt 13. peatükk käesolevas raamatus), samuti poliitilise aktiivsuse indeksi moodustamisel (10. peatükk).

Kuivõrd koondtunnuseid ei kasutata just väga laiaulatuslikult, anname MeeMa tulemuste analüüsi paremaks mõistmiseks järgnevalt lühiülevaate indeksite moodustamise ja normeerimise põhimõtetest ning nende rakendamisest vaadeldavas uuringus.

1. Leida **ühismõõdustaja**, mis ühendaks omavahel mitmed algtunnused. Ühismõõdustaja kajastub koondtunnuse nimes, indeksi moodustamine tähendab iga vastaja jaoks punktikogumist koondtunnuse (ühismõõdustaja) skaalal. Näiteks erinevate ajalehtede lugemise ühismõõdustajaks on tavaliselt lehelugemise aktiivsus ja mitmekülgsus. Mida rohkem punkte kogub vastaja uue tunnuse skaalal, seda aktiivsem ja mitmekülgsem on ta lehelugejana.

Igast tabelist saab teha vähemalt ühe koondtunnuse, ühismõõdustaja on seotud üldise küsimusega tabeli peas. Probleem on aga selles, mida uus tunnus õieti annab ja kuidas seda tõlgendada. Selleks, et analüüs oleks sisukam, tuleks koondtunnustele mõelda juba küsimustiku koostamisel.

Indeksi komponentide sisulist kokkukuuluvust tuleks kontrollida korrelatsioon- ja faktoranalüüsiga. Selle läbiviimise eelduseks on algtunnuste skaalade lähedus intervallskaalale, milleks tuleb skaalasid sageli umber kodeerida. Selleks, et hiljem oleks võimalik teha indeksitevaheliste seoste analüüsi, tuleks hoiduda indeksite koosseisu kattuvusest, järgida printsiipi, et iga algtunnus saab kuuluda ainult ühte koondtunnusesse.

2. Koostada koondtunnus kas **summaindeksina** (vastusevariantide numbrite summeerimise teel) või **loendusindeksina** (teatav vastusevariant või mitu varianti annavad ühe punkti indeksisse).

Täielik summaindeks eeldab intervallskaalat ja ühesuguseid algskaalasid. Võimalik on ka osaline summaindeks, mille puhul läheb arvesse ainult osa algtunnuse skaalast, nt hinnanguskaala positiivne osa: *väga hea* (*huvitav, meeldiv* jne) annab 2 punkti, *üldiselt hea* 1 punkti. Täieliku summaindeksi puudus on sageli suured tõlgendusraskused, kuivõrd algskaalad ei kujuta endast enamasti

kindla mõõtühikuga (etaloniga) intervallskaalasid.

Käesolevas uuringus moodustatud indeksid olid valdavalt loendusindeksid või osalised summaindeksid.

Tõsiseks probleemiks indeksite moodustamisel on küsimus algtunnuste võrdväärsusest. Kuigi kõigi algtunnuste võrdväärsuses võib sageli kahelda, on nende omavaheliste kaalude või koefitsientide kindlaksmääramine veelgi raskem, mistõttu harilikult on koondtunnuste moodustamisel aluseks algtunnuste võrdväärsus, seda ka käesolevas uuringus.

3. Edasiseks analüüsiks on vajalik **koondtunnuste skaalade lühendamine ja normeerimine**. Koondtunnused moodustuvad erineva arvu algtunnuste alusel, tavaliselt kõigub algtunnuste arv 3-st 15-ni, esineb ka mitmekümnest algtunnusest koosnevaid superindekseid (käesolevas uuringus nt üldine huvi uudiste vastu teistest maadest, mille puhul algtunnuste arv oli 24). Koondtunnuseid, mille puhul maksimaalne kogutud punktide arv läheneb 10-le või on üle 10, on raske tõlgendada, pealegi on vastajate jagunemine enamasti ebaühtlane, mitmed skaalapunktid koguvad vähe vastajaid.

Koondtunnuste lühendamine tähendab tavaliselt nende taandamist 5-pallistele skaaladele, millest 1. skaalapunkt on harikult tõlgendatav kui antud tunnuse (nt poliitikahuvi või päevalehtede regulaarse lugemise) puudumine või väga vähene esinemine, 2. skaalapunkt – vähene (või alla keskmise), 3. skaalapunkt – keskmine, 4. skaalapunkt – suur (või üle keskmise), 5. skaalapunkt – väga suur esinemine.

Olenevalt algtunnuste arvust ja vastuste jaotumisest esineb muidugi ka 3-palliseid või 4-palliseid lõppskaalasid, mida tõlgendatakse samuti ülaltoodud loogikast lähtudes kas skaalapunktidena vähe–keskmiselt–palju või üldse mitte–veidi–märkimisväärselt.

4. Indeksite lühendamine ja normeerimine võib toimuda teatud püsivast tõlgendus-skeemist lähtudes (**absoluutne lühendamine**) või vastajate reaalse jaotumise alusel (**suhteline lühendamine**). Tavaliselt on kasutusel suhteline lühendamine, mille puhul püütakse saavutada vastajate normaaljaotusele lähenevat jaotumist lõppskaalal – 1. ja 5. skaalapunktis 10–15% vastajaid, 2. ja 4. skaalapunktis 15–20% vastajaid, 3. skaalapunktis 30–40% vastajaid. Nii püüti teha ka vaadeldavas uuringus, sisuliselt tähendas see lõppskaala jagamist kolmeks vastajate arvu poolest ligikaudu võrdseks osaks, millest 1. ja 3. osa omakorda veel kaheks jagati.

5. Edasises analüüsis vaadeldakse tavaliselt ainult ülemist kolmandikku – neid vastajaid, kes koondtunnuse skaalal on kogunud keskmisest rohkem punkte, keda võib pidada suurteks lehelugejateks või suurteks poliitikahuvilisteks jne. Nende osakaal on harilikult erinevates rahvarühmades suuresti erinev, neid erinevusi analüüsides ongi võimalik välja tuua üldisi ja usaldusväärseid tendentse vaatlusalustes nähtustes. Sageli võrreldakse ka 1. skaalapunkti sattunud vastajate osakaalu, eriti siis, kui see tähistab antud koondtunnuse puudumist – ajalehtede mittelugemist, välismaal mittekäimist vms. Sellisena on see selgelt tõlgendatav, tähenduslik näitaja.

Käesolevas raamatus toodud võrdlevates koondtabelites ongi indeksid sageli esindatud nimetatud kahe näitajaga, ühelt poolt nende osakaaluga, kes antud koondtunnuse skaalal ei kogunud üldse punkte või kogusid väga vähe, teiselt poolt nende osakaaluga, kes kogusid punkte üle keskmise.

Mitmel juhul oli indeksite moodustamine ja normeerimine MeeMa tulemuste põhjal hoopis keerulisem, tugines eelanalüüsile ja katsetamisele. Mõnel puhul moodustati indeksitest (alamindeksitest) hiljem omakorda koondindekseid. Ülalkirjeldatud protseduur on Pille Pruulmann-Vengerfeldti poolt küllalt põhjalikku käsitlemist leidnud käesoleva raamatu 13. peatükis.

Nii alg- kui koondtunnuste analüüsil kasutati lisaks vastuste jaotuse võrdlemisele mitmeid tunnustevaheliste seoste uurimise meetodeid (korrelatsioon-, faktor- ja regressioonanalüüsi). Laialdaselt kasutati tüpoloogilist analüüsi, vastajatüüpide leidmiseks antud tunnusruumis tugineti enamasti klasteranalüüsi tulemustele, vastajate automaatsele klassifitseerimisele antud moodustajatunnuste kombinatsiooni sarnasuse astme alusel.

4. Uurimistulemustest

Kuna uurimus pole jõudnud veel lõppjärku, siis uurimisrühm lõplikke üldistusi teha ei söanda. Ometi leiab järgnevate peatükkide lugeja kindlasti, et erinevate teemade all käsitletud nähtused koonduvad läbivateks tendentsideks, mis võimaldavad neid üldistada teatud ühisnimetajate ja märksõnade abil. Nii näiteks torkab läbi erinevate peatükkide silma ühelt poolt noorte, teiselt poolt kesk- ning vanemaealiste eristumine nii väärtuste, elulaadi, maitse-eelistuste, poliitilise aktiivsuse, uue meedia tarbimise kui enesehinnangulise kihtikuuluvuse ja muutustele antava hinnangu alusel. Eesti ühiskonda läbiv veelahe üle 45-aastaste ja alla 45-aastaste vahel on selgesti märgatav, eriti terav on see kohanemises muutustega, sotsiaalse optimismi–pessimismi avaldumises (14. peatükk).

Mõningates küsimustes (eriti uue meedia kasutusmallides, vt 9. peatükk) on see põlvkondi eraldav veelahe nihkunud tunduvalt nooremasse ikka.

Soo alusel eristuvad hoiakud, maitsed ja eelistused ilmnevad samuti läbi kõigi peatükkide, tuues silme ette Eesti ühiskonnas tugevasti juurdunud konservatiivse mõttemalli, mis vastandab "naiselikku" ja "mehelikku" kultuuriliste praktikate mustrit.

Olemata välja toodud eraldi peatükina, on eestikeelsete ja venekeelsete vastajate võrdlus kogu raamatut läbiv teema. Tulemused loovad tavapärasest oluliselt mitmekülgsema arusaamise kahe keelekogukonna kultuurilistest ja sotsiaalsetest ühis- ning erijoontest. Nii näiteks on kihtikuuluvusmuster eestlaste ja venekeelse elanikkonna vahel üsna sarnane: mõlemas ilmneb nii "esimene" kui "teine Eesti", kusjuures isegi üsna sarnases proportsioonis (15. peatükk). Samas on õnnestunud välja tuua eestlaste ja venekeelse elanikkonna identiteeti (3. peatükk), väärtusi (2. peatükk), maitse-eelistusi (7. peatükk), elulaadi (6. peatükk) sisuliselt eristavad jooned, mida pole võimalik suruda ühte stereotüüpsessse malli. Ehkki kõige enam eristab eesti ja vene vastajaid sotsiaalne optimism–pessimism suhtumises Eesti ühiskonnas toimuvatesse muutustesse (14. peatükk), näitab meie analüüs, et seegi erinevus pole must-valge.

Uurimuse teljeks olev meediaühiskonna mõiste avaneb kõige ilmekamalt meediakasutuse analüüsis sotsiaalse kihistumise ja muutustega toimetuleku vaatenurgast (14. ja 15. peatükk). Kinnitust leiab trükiajakirjanduse ja uue meedia sotsiaalseid erisusi võimendav mõju (8. ja 9. peatükk), samas kui elektrooniline meedia, samuti nii film kui muusika, pakuvad võimalusi kõigile, luues omakorda maitse-erisustel põhinevaid kultuuripubliku tüüpe (7. peatükk). Uudse lõime sellesse üsna põhjalikult uuritud valdkonda toob meediakasutusmustri seostamine hinnangutega muutustele ning usaldusega riiklike institutsioonide vastu (14. peatükk).

Antud uurimuse mõtteline taust on olnud analoogilisi nähtusi käsitlenud uuringud 1970.–1980. aastate Eestist (vt nt Vihalemm 1981; Raig 1985; Rannik 1985; Hion, Lauristin & Vihalemm 1988; Narusk 1994). Kultuuritarbimise ja elulaadi struktuuri muutumisest kõnelevad andmed aitavad detailsemalt näha turumajandusliku ühiskonna mõju kultuurile ja sotsialiseerimisele. Ilmekalt näitavad nõukoguliku ja turumajandusliku ühiskonna erinevust aga sotsiaalses ruumis toimunud struktuurimuutused (5. ja 15. peatükk), mida võib kokku võtta ühelt poolt sõnaga "avanemine", teisalt aga "kihistumine".

Ehkki antud uurimus jätkab post-kommunistlikus siirdeühiskonnas toimuvate protsesside analüüsi, on selle fookus mitte niivõrd võrdluses minevikuga, kui tulevikku suunatud tendentside kaardistamises. Kaks märksõna, *infoühiskond* ja *tarbimisühiskond*, jäävad määravatena kõlama, kui püüame mõtestada Eestis toimuvate protsesside laiemat konteksti.

Kasutatud kirjandus

Bourdieu, P. (2003). *Praktilised põhjused. Teoteooriast.* Tallinn: Tänapäev.

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Volume 2. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason.* Cambridge & Oxford: Polity Press.

Habermas, J. (2001). *Avalikkuse struktuurimuutus. Uurimused ühest kodanikuühiskonna kategooriast.* Tallinn: Kunst.

Hion, E., Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1988). *Meie muutuv elulaad.* Tallinn: Eesti Raamat.

Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1979). "Sirbi ja Vasara" lugeja küsitluspeeglis I. *Sirp ja Vasar,* 17. august.

Narusk, A. (toim) (1994). *Murrangulised 80-ndad ja 90-ndad aastad Eestis: töö, kodu ja vaba aeg.* Tallinn–Helsingi: Eesti Teaduste Akadeemia Kirjastus.

Raig, I. (toim) (1985). *Maaelu.* Tallinn: Eesti Raamat.

Rannik, E. (toim) (1985). *Perekond ja kultuur.* Tallinn: Eesti Raamat.

Schutz, A. & Luckmann, T. (1974). *The Structures of the Life-World.* London: Heinemann.

Vihalemm, P. (toim) (1981). *Elulaad ja elukeskkond.* Tallinn: Eesti Raamat.

Vihalemm, P. (2004). Empiiriliste meediauuringute areng Eestis 1965–2004. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

I OSA:
VÄÄRTUSED, IDENTITEET, KEEL, SOTSIAALNE RUUM

2. Eesti siirdekultuuri väärtused 31
Veronika Kalmus, Triin Vihalemm

3. Kollektiivsed identiteedid siirdeaja Eestis 45
Triin Vihalemm, Anu Masso

4. Eesti kujunev keeleruum 57
Triin Vihalemm, Anu Masso, Peeter Vihalemm

5. Maailm Eestist väljaspool: kogemus ja kontaktid, huvid ja hoiakud 75
Peeter Vihalemm

2

EESTI SIIRDEKULTUURI VÄÄRTUSED

Veronika Kalmus, Triin Vihalemm

Sissejuhatus

Käesolevas peatükis vaatleme Eesti elanike, sh erinevate sotsiaal-demograafiliste rühmade väärtusteadvust. Lähtume eeldusest, et väärtused on oluline kultuuri element ning et väärtuste muutumine peegeldab muutusi ühiskonnas ja kultuuri ümberkujunemist. Väärtushinnangute eripärad sotsiaal-demograafilistes rühmades ning väärtuste struktuur valgustavad huvitavat tahku Eesti siirdekultuurist.

Siirdekultuurina käsitleme käesolevas analüüsis spetsiifilist, suurte poliitiliste ja sotsiaal-majanduslike muutuste tagajärjel tekkinud, killustunud, mosaiikset kultuuriruumi, mis sisaldab niihästi "vanale" ühiskonnale iseloomulikke sümboleid, norme, väärtusi jt kultuurielemente kui ka "uusi" hoovusi (Alexander jt 2004). Sztompka (2004) väitel sõltub siirdekultuuri edasine areng põlvkondadevahelistest suhetest ühiskonnas. Arvame, et üldisemalt sõltub siirdekultuuri areng sellest, kuivõrd selgelt peale "segipaiskamist" uuesti korrastuvas sotsiaalsete suhete süsteemis hakkavad eristuma erinevate sotsiaalsete rühmade allkultuurid ning millistel printsiipidel kujuneb nende allkultuuride suhe (domineerimine-allumine, vastandumine, dialoog ja refleksiivsus jne).

Seega, erinevate sotsiaalsete rühmade väärtushinnangud ja üldine väärtusstruktuur annavad häid vihjeid siirdekultuuri protsesside tõlgendamiseks.

1. Teoreetilised käsitlused

Väärtuste-uurijate seas võib eristada kahte peamist koolkonda. Ronald Inglehart (nt Inglehart 1997) ja tema süsteemi modifitseerijad käsitlevad väärtusi kui inimeste **reaktsioone keskkonna muutustele**. Väärtused formeeruvad varajases eas sotsialiseerumise käigus. Ingleharti järgi kajastub ühiskonna sotsiaal-majanduslik seisund ka vastava generatsiooni väärtustes. Näiteks vaesemate majanduslike võimalustega ühiskonnas on olulised nn puudusväärtused e defitsiidiväärtused nagu *jõukus* jms. Ühiskonna majandusliku seisundi paranedes nende väärtuste olulisus langeb, asendudes selliste väärtustega nagu *sõbrad, huvitav elu, puhas keskkond* jms. Toetudes Lääne-Euroopa riikide seirele, on Inglehart loonud kontseptsiooni aeglasest, üle generatsioonide käivast postmaterialiseerumise protsessist.

Ingleharti post-materialiseerumise protsessi käsitlusega on sisult sarnane kultuurinihke kontseptsioon, mille järgi läänelik kultuur liigub traditsionalismist modernismi ja modernismist postmodernismi (vt nt Inglehart 1997). Sellele kontseptsioonile tuginevalt on väärtusi jagatud traditsioonilisteks (nt *lunastus*), modernistlikeks (nt *võim, jõukus, tehnika areng*) ja postmodernistlikeks (nt *puhas keskkond, tervis, rahu maailmas*).

Teine koolkond uurijaid lähtub Clyde Kluckhohnist (vt Kroeber & Kluckhohn 1952), käsitledes väärtusi kui abstraktsiooni, kultuuri elementi. Sellest kontseptsioonist on oma väärtuste mõõtmise süsteemi puhul lähtunud ka Milton Rokeach (Rokeach 1973). Rokeach vaatleb väärtusi kui sõltumatut fenomeni, ühendamata üksikuid väärtusmõisteid mingiks ühtseks süsteemiks. **Väärtused on kultuuri element, ettekujutus soovitavast, mis ei pruugi otseselt väljenduda inimeste käitumises.**

Ainsa üldistusena tõi Rokeach väärtuskäsitluse sisse terminaalsete ja instrumentaalsete väärtuste mõisted. Terminaalsed väärtused on n.ö väärtused iseeneses nagu *rahu maailmas, tugev perekond, õnn, eneseaustus, mugav elu, lunastus, tõeline sõprus, riigi julgeolek, sisemine harmoonia, armastus, kaunis*

maailm, sotsiaalne tunnustus, meeldiv elu, huvitav elu. Instrumentaalsed väärtused on rohkem vahendid soovitava lõpp-seisundi saavutamiseks: *ausus, õiglus, puhas keskkond, tehnika areng, jõukus, tervis, võimu omamine*. Väärtuste *tarkus, võrdsus* ja *vabadus* positsiooni üle võib vaielda.

Oleme seda klassifitseerimist kasutanud väärtuste muutumise analüüsil (Lauristin & Vihalemm 1997), otsides vastust küsimusele, kas mingil ühiskondliku transformatsiooni perioodil muutuvad rohkem instrumentaalsed või terminaalsed väärtused.

Shalom Schwartz on Rokeachi väärtuste-süsteemile veelgi indikaatoreid lisanud ning baseerudes empiirilistele mõõtmistele, loonud ka tervikliku süsteemi, mida on omakorda modifitseerinud paljud hilisemad väärtuste-uurijad (Schwartz 1992; vt lähemalt alajaotus 2.3).

Ankeedis *Mina. Maailm. Meedia* kasutatud väärtuste indikaatorid on pärit Rokeachi süsteemist, kuid neid võib analüüsis kasutada ka n-ö Schwartzi süsteemi vähendatud mudelina.

Käesolevas peatükis käsitleme mõõdetud väärtushinnanguid mõlema loogika alusel – nii üksikväärtustena (st vastavalt Rokeachi käsitlusele) kui väärtuste süsteemina (vastavalt Schwartzi ideestikule). Lisaks pakume välja ka omapoolse empiirilisele struktuurianalüüsile tugineva tõlgenduse.

2. Üksikväärtuste analüüs

Üksikväärtuse e **väärtuskujutluse** all peame silmas subjekti (üksikisiku, grupi, ühiskonna) üksikkujutlust, -arvamust, või -veendumust, milles on fikseeritud teatud väärtuse tähendus ühel konkreetsel subjektiivset suhtumist väljendaval hinnanguteljel. Ühtlasi mõistame väärtuskujutluse all väärtusteadvuse elementaarset ühikut (vt Saarniit 1995: 162–163). Üksikväärtuste analüüsil oleme suurema üldistuse huvides kasutanud keskmiste võrdlusi (vt tabel 2.1, lisatabel 2.1).

Tabelis 2.1 on üksikväärtused reastatud koguvalimi keskmiste kahanevas järjekorras. Pingerea tippu on koondunud eelkõige inimese füüsilise heaolu ja turvalise keskkonnaga seonduvad väärtused (*tervis, tugev perekond, rahu maailmas, puhas keskkond, riigi julgeolek*), mille standardhälbed on ühtlasi suhteliselt madalad. Pingerea lõpuossa jäävad valdavalt individualistlikud väärtused (*võimu omamine, ühiskondlik tunnustus, huvitav elu, jõukus, tehnika areng, mugav elu, meeldiv elu*), aga ka kollektivistlik-traditsiooniline *lunastus*. Keskmiste pingereas viimastel kohtadel asetsevaid väärtusi iseloomustab ühtlasi kõrge standardhälve, nt *võimu omamise* väärtustamine varieerub tugevalt kõigi vaadeldud sotsiaal-demograafiliste rühmade võrdluses.

Sotsiaal-demograafiliste parameetrite võrdluses esineb kõige enam üksikväärtuste keskmiste erinevusi vanusrühmade vahel (vt ka lisatabel 2.1). Seejuures ilmneb tendents väärtuste individualiseerumisele nooremates põlvkondades: mitmeid individualistlikke väärtusi (*eneseteostus, mugav elu, huvitav elu, võimu omamine*) hindavad kõige kõrgemalt noorimad, kõige madalamalt aga vanimad respondendid. Seevastu mitmed kollektivistlikud või universalistlikud väärtused (*tervis, rahu maailmas, puhas keskkond, riigi julgeolek, ausus, sisemine harmoonia, tarkus, õiglus, kaunis maailm, võrdsus, lunastus*) on kõrgeimalt hinnatud vanimate, madalaimalt aga noorimate respondentide poolt.

Märkimisväärselt palju üksikväärtuste keskmiste erinevusi esineb ka sissetulekurühmade võrdluses. Seejuures paistavad suurima sissetulekuga respondendid (üle 4000 krooni pereliikme kohta kuus) silma üldise väärtusskeptitsismi poolest, pidades paljusid üksikväärtusi teiste tulurühmade esindajatega võrreldes vähem oluliseks ning väärtustades suhteliselt kõrgemalt üksnes *eneseteostust* ja *võimu omamist*. Väärib esiletoomist, et *võrdsuse, õigluse* ja *tugeva perekonna* keskmiste absoluutväärtused on selle vastajarühma puhul madalamad kui mistahes muu sotsiaal-demograafilise rühma vastavad keskväärtused. Seevastu madalaima sissetulekuga inimesed (kuni 2000 krooni) hindavad väga paljusid väärtusi teiste tulurühmade esindajatega võrreldes kõrgemalt. Ilmselt võime selle vastajarühma puhul rääkida *jõukusest* ja *mugavast elust* kui defitsiidiväärtustest Ingleharti (1990) mõistes; *õigluse, võrdsuse* ja *aususe* kõrgem väärtustamine võib olla tingitud riivatud õiglustundest ja teravnenud sotsiaalsest tajust; mitme teise väärtuse (*tugev perekond, rahu maailmas, tõeline sõprus, kaunis maailm, lunastus*) suhteliselt oluliseks pidamine võib viidata kompensatsioonimehhanismile. Analoogilisele järeldusele jõudis ka Marju Lauristin, vaadeldes väärtushinnangute seoseid Eesti ühiskonnas siirdeperioodil toimunud muutustele antavate hinnangutega (vt 14. peatükk): muutustesse negatiivsemalt suhtuvatele, halvemini kohanenud inimestele on omane *mugava elu* kõrgem hindamine ilmse defitsiidiväärtusena ning *võrdsuse* ja *kauni maailma* tugevam väärtustamine hingelise toe saamiseks. Seevastu muutustesse positiivsemalt suhtuvad inimesed hindavad kõrgemalt *eneseteostust, võimu omamist, vabadust* ja *puhast keskkonda*.

Haridustaseme lõikes esineb üksikväärtuste keskmiste erinevusi mõnevõrra vähem. Seejuures paistavad alg- või põhiharidusega vastajad silma *sisemise harmoonia* ja *puhta keskkonna* suhteliselt

Tabel 2.1. Väärtuste keskmiste erinevus rahvarühmades

	Keskmine	Standardhälve	Keskmiste erinevus sotsiaal-demograafilistes rühmades					
			Keel: eesti; vene	**Sugu**	**Vanus:** 15–29; 30–54; 55–74	**Haridus:** alg-, põhi; kesk; kõrg	**Sissetulek:** kuni 2000; 2001–4000; üle 4000	**Elukoht:** linn; maa
Tervis	4,84	0,53		+	+			
Tugev perekond	4,80	0,53		+		++	+++	
Rahu maailmas	4,73	0,67	+	+	+++		+	
Puhas keskkond	4,69	0,64		+	++	+		
Õnn	4,67	0,61		+			+	+
Riigi julgeolek	4,65	0,70		+	+++		+	
Tõeline sõprus	4,63	0,67		+	+	++	++	
Ausus	4,62	0,66	+	+	+++		+	
Vabadus	4,60	0,65			+			
Sisemine harmoonia	4,59	0,64		+	++	++		
Eneseaustus	4,55	0,68	+	+				
Tarkus	4,52	0,65		+	++			
Õiglus	4,52	0,70	+		++		+	
Armastus	4,49	0,77	+		+++			+
Eneseteostus	4,38	0,76	+		++		+	
Kaunis maailm	4,36	0,74	+	+	+++		++	
Võrdsus	4,27	0,89	+	+	++	++	+++	
Meeldiv elu	4,22	0,88	+		++	++		
Mugav elu	4,20	0,88	+	+	++	++	++	+
Tehnika areng	4,19	0,83	+	+	+			
Jõukus	4,13	0,81			+	+	+	
Huvitav elu	4,10	0,85	+		+++			
Ühiskondlik tunnustus	3,88	0,91	+			+	+	
Lunastus	3,59	1,09	+	+	+++		+	+
Võimu omamine	2,93	1,12	+	+	+++	++	++	+
Keskmiste erinevusi kokku			15	17	45	17	22	5

\+ – kaks võrreldavat rühma erinevad teineteisest.
++ – kolme rühma võrdluses esineb keskmiste erinevus kahe rühmapaari vahel.
+++ – kolme rühma võrdluses esineb keskmiste erinevus kolme rühmapaari vahel.
Erinevuste hindamiseks on kasutatud sõltumatute rühmade t-testi olulisuse nivool $p \leq 0,05$.

madalama ning *meeldiva elu* aga ka *võrdsuse* ja *tõelise sõpruse* suhteliselt kõrgema väärtustamise poolest.

Sugupoolte võrdluses tuleb täheldada meeste üldist väärtusskeptitsismi: võrreldes naistega hindavad mehed väga paljusid väärtusi madalamalt, väärtustades kõrgemalt üksnes *tehnika arengut* ja *võimu omamist*.

Rahvusrühmade osas ilmneb küll arvukalt üksikväärtuste keskmiste erinevusi, ent ühe või teise rühma selgest kallutatusest näiteks individualistlike või kollektivistlike väärtuste suunas siinkohal rääkida ei saa (vt lisatabel 2.1).

Sotsiaal-demograafiliste parameetrite võrdluses esineb kõige vähem üksikväärtuste keskmiste erinevusi maa- ja linnaelanike vahel. Seejuures väärtustavad linlased kõrgemalt kaht hedonistlikku väärtust – *mugavat elu* ja *õnne* –, aga ka *lunastust*. Viimane erisus nagu ka *armastuse* ja *võimu omamise* kõrgem väärtustamine maaelanike poolt võib olla tingitud rahvuslikest erinevustest maa- ja linnaelanikkonna koosseisus – samad tendentsid ilmnevad ka eestlaste puhul, kes on maaelanike hulgas tugevas ülekaalus.

Võrreldes varasemate uuringutega (vt nt Lauristin & Vihalemm 1997; Vihalemm 1997a, 1997b) on üksikväärtuste keskmisi kõrvutades põhjust arvata, et siirdeperioodil (1991–2003) on Eestis muutunud tähenduslikumaks ning inimeste silmis olulisemaks niisugused väärtused nagu *õnn, mugav elu, meeldiv elu, huvitav elu, armastus, ühiskondlik tunnustus, võrdsus, tarkus, eneseaustus, eneseteostus, kaunis maailm, tõeline sõprus* (vt ka lisatabel 2.2). Kuigi tegemist on erinevat laadi väärtustega,

võib öelda, et paljusid neist ühendab püüd nautlemisele ja enesekehtestamisele, mis tähistab isiku vabanemist ühtlustavast ja normeeritud keskkonnast.

Rahvusrühmiti on väärtushinnangud muutunud mõnevõrra erinevalt (vt lisatabel 2.2). Venekeelse elanikkonna seas on pingereas olulisemale kohale (tõus vähemalt kolme koha võrra) liikunud üldisema harmoonia püüdu tähistavad väärtused nagu *tõeline sõprus, sisemine harmoonia* ja *tarkus,* aga ka hedonistlik *mugav elu*. Seevastu on langenud idealismi ja progressi-usku tähistavad *õiglus, võrdsus* ja *tehnika areng,* aga ka *lunastus*. Eestlaste hulgas on kasvanud isiksuslikku ja sotsiaalset tasakaalu ühendavate väärtuste – *tugeva perekonna, tõelise sõpruse, õnne, eneseaustuse* ja *võrdsuse* – suhteline tähtsustamine. Sarnaselt venelastega on vähenenud *õigluse, tehnika arengu* ja *lunastuse*, aga ka *tarkuse* oluliseks pidamine teiste väärtustega võrreldes. Siirdeperioodi jooksul on eestlased hakanud rohkem väärtustama ka *võimu omamist* (keskmise kasv 0,4 palli võrra), mis lubab oletada, et kontrolli ja enesekehtestamise vajadus on siirdeperioodil just eestlaste eluorientatsioone mõjutanud.

Üldiselt on venekeelse elanikkonna väärtushinnangud siirdeperioodil läbi teinud suurema muutuse. Näiteks oli üldine väärtuste keskmise muutus eestlastel +0,25 palli võrreldes venekeelse elanikkonna +0,61 palliga.

3. Väärtused Schwartzi skeemis

Väärtuste üldistatumaks interpretatsiooniks võib kasutada Schwartzi kontseptsiooni selle piisava detailsuse ning operatsionaliseeritavuse tõttu. Oma lähenemises on Schwartz toonud välja erinevates kultuurides küllalt sarnased väärtustüübid (väärtusrühmad), millesse kuuluvaid väärtuskujutlusi ühendab jagatud motivatsiooniline eesmärk. Nii esindab igat väärtustüüpi mitu üksikväärtust, mis kombineerituna moodustavad statistiliselt suhteliselt usaldatavad väärtuseelistuste loendid (eesti keeles vt nt Kalmus 1999; Masso & Vihalemm 2003: 68-72; Niit 2002).

Schwartz on väärtuste struktuuri iseloomustamiseks kasutanud kaht dimensiooni: alalhoidlikkus (*Conservation*) *vs* avatus muutustele (*Openness to Change*) ning eneseületamine (*Self-Transcendence*) *vs* enese-edendamine* (*Self-Enhancement*) (vt joonis 2.1).

Kuna küsitlus *Mina. Maailm. Meedia* hõlmas algselt Rokeachi süsteemi kuulunud väärtuste indikaatoreid, mis moodustavad kokku veidi alla poole (25 54-st) Schwartzi poolt välja arendatud mõõtmissüsteemi tunnustest, on meil Schwartzi poolt eritletud dimensioonide kirjeldamiseks käepärast vähem tunnuseid. Peame möönma ka seda, et need tunnused jaotuvad väärtustüüpide vahel ebaühtlaselt – näiteks esindab meie uuringus saavutuse, stimulatsiooni ja traditsiooni väärtusrühmi vaid üks tunnus (vt tabel 2.2). Seega saame järeldusi teha piiratult, pöörates tähelepanu ka väärtustüüpide nimetuste adekvaatsusele (nt ei kata *lunastus* kogu traditsiooni väärtusrühma).

Eneseupitamise poolust esindavad järgnevas analüüsis seega kaks väärtusrühma: **võim** (*võimu omamine, jõukus, ühiskondlik tunnustus, tehnika areng*) ning **saavutus** (*eneseteostus*), mis peegeldavad seda, kuivõrd motiveeritud on inimesed esile tõstma oma isiklikke huvisid, seda isegi teiste inimeste huvide arvel.

Sellele vastanduva **eneseületamise** pooluse moodustavad **kõikehaaravus** (*puhas keskkond, kaunis maailm, õiglus, tarkus, võrdsus, sisemine harmoonia, rahu maailmas*) ja **heatahtlikkus** (*ausus, armastus, tõeline sõprus*), mis tähistavad ühiseid "mängureegleid", harmooniat, kõigi heaolu.

Alalhoidlikkuse poolus sisaldab **traditsiooni** (*lunastus*) ja **turvalisuse** (*riigi julgeolek, tugev perekond, tervis*) väärtusrühmi. Need väärtustüübid tähistavad soovi säilitada *status quo*d, lähedaste inimeste, institutsioonide, traditsioonide toel püüeldavat kindluse- ja kaitstusetunnet.

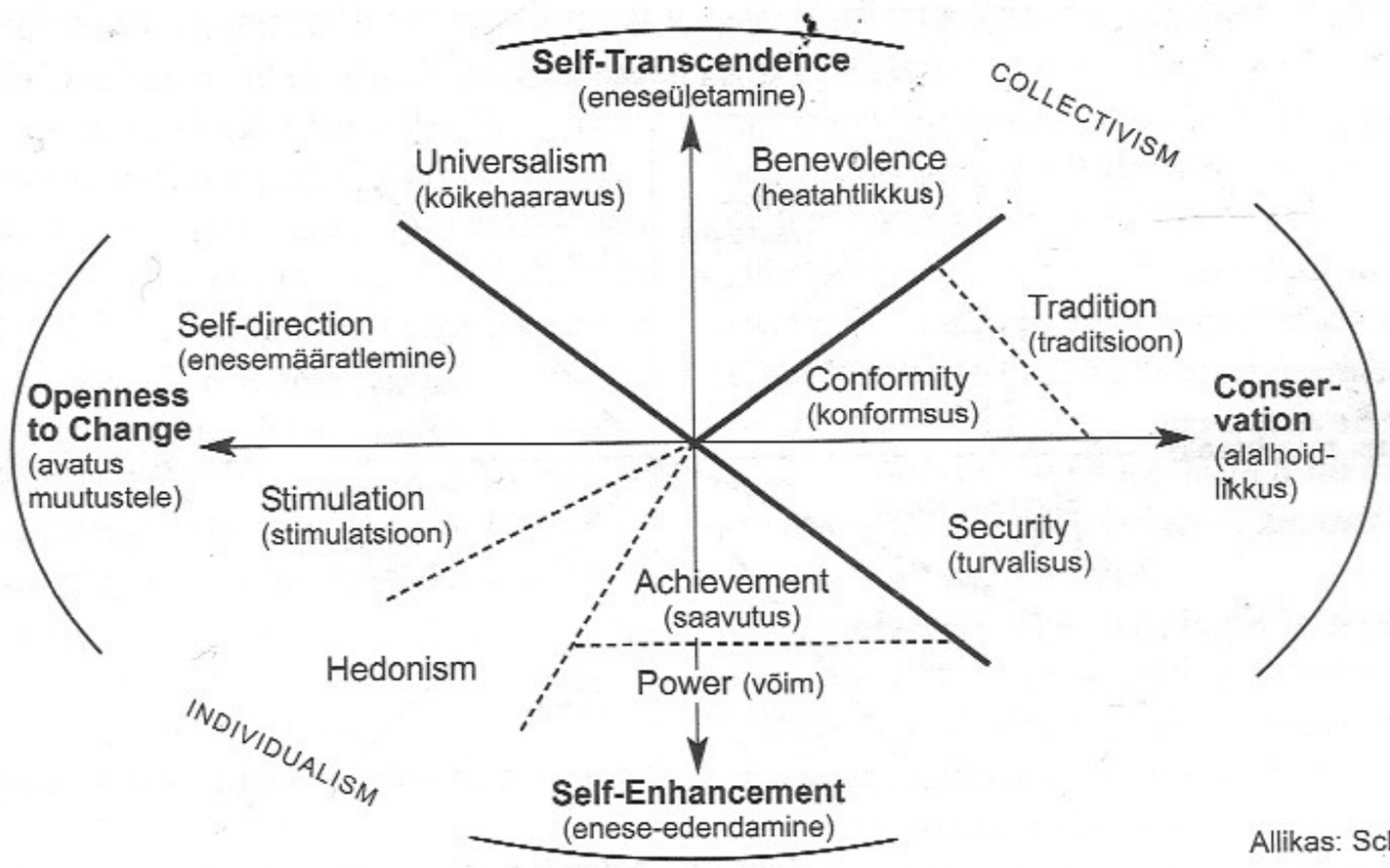
Muutustele avatuse pooluse kujundavad **enesemääratlemine** (*vabadus, eneseaustus*), **stimulatsioon** (*huvitav elu*) ja **hedonism** (*meeldiv elu, mugav elu, õnn*). Need väärtustüübid tähistavad isiksuse intellektuaalsete ja emotsionaalsete huvide rahuldamist.

Väärtusrühmi võib liigitada ka **individualistlikeks** ning **kollektivistlikeks**. Schwartzi järgi iseloomustavad individualistlikku tüüpi ühiskondi **enesemääratlemine** ja **stimulatsioon**, aga ka mõned **kõikehaaravusega** seotud (universalistlikud) üksikväärtused (nt *rahu maailmas, sotsiaalne õiglus, võrdsus*). Individualistlikeks motivatsioonilisteks eesmärkideks võib pidada ka **saavutust, hedonismi** ja **võimu**, kuid need väärtustüübid ei erista üht ühiskonnatüüpi teisest. Kollektivistlikes ühiskondades peetakse oluliseks ennekõike **traditsiooni, konformsust** ja **heasoovlikkust**; kollektivistlike motivatsiooniliste eesmärkide hulka võib arvata ka **turvalisuse**. Enamik **kõikehaaravusega** seotud väärtusi (nt *tarkus, kaunis maailm, puhas keskkond*) võivad ühtaegu teenida nii individuaalseid kui kollektiivseid huve (Schwartz 1990).

Schwartzi järgi võivad erinevad väärtusdimensioonid üksteist kas toetada või konfliktis olla. Joonistel 2.1 ja 2.2 esitatud dimensioonidest võivad

* Eesti keeles on kasutusel ka tõlkevorm *eneseupitamine* (vt Niit 2002).

Joonis 2.1. Shalom Schwartzi väärtuste-süsteem



Allikas: Schwartz 1992

Tabel 2.2. Uuringus kasutatud Rokeachi üksikväärtuste jagunemine Schwartzi väärtustüüpidesse

Hedonism: meeldiv elu, mugav elu, õnn
Stimulatsioon: huvitav elu
Enesemääratlemine: vabadus, eneseaustamine
Võim: võimu omamine, jõukus, ühiskondlik tunnustus, tehnika areng
Heasoovlikkus: ausus, tõeline sõprus, armastus
Saavutus: eneseteostus
Kõikehaaravus: puhas keskkond, kaunis maailm, õiglus, tarkus, võrdsus, sisemine harmoonia, rahu maailmas
Turvalisus: riigi julgeolek, tugev perekond, tervis
Traditsioon: lunastus

olla konfliktis vastaspoolustel asetsevad väärtused; üksteist täiendavad väärtused paiknevad aga kõrvuti või lähestikku.

Joonis 2.2 annab ülevaate Schwartzi süsteemi järgi kokku koondatud üksikväärtuste keskmiste keskmistest (väärtusrühmade koond-keskmistest).

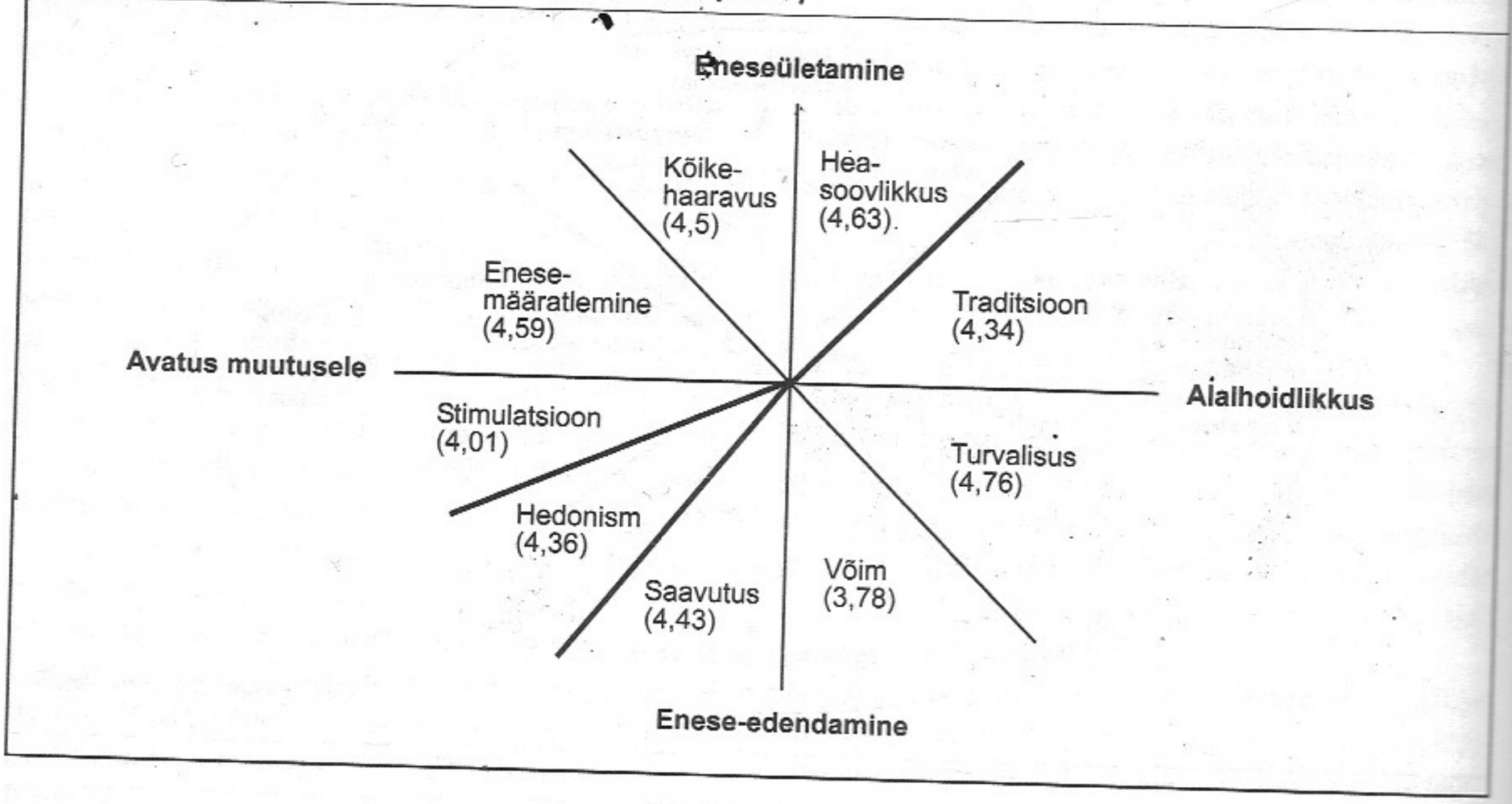
Näeme, et Eesti elanike väärtushinnangutes avalduvad veidi tugevamini alalhoidlikkuse ja eneseületamise poolused, mida esindavad vastavalt turvalisuse/traditsiooni ja heasoovlikkuse/kõikehaaravuse väärtusrühmad. Kõige nõrgemini väärtustatud on võimu väärtustüüp.

Kui võrrelda samal viisil koondatud üksikväärtuste keskmiste keskmisi 1991. ja 2003. a, tuleb esile, et tugevasti on tõusnud hedonismi ja stimulatsiooni väärtustamine, samas kui saavutust, kõikehaaravust ja heasoovlikkust esindavad väärtused on olnud suhteliselt stabiilsed. Turvalisuse ja enesemääratlemise väärtustamine on rohkem kasvanud Eesti venekeelse elanikkonna hulgas (vt täpsemalt Masso & Vihalemm 2003: 71).

Küsitluse *Mina. Maailm. Meedia* andmestiku väärtuste **empiiriline struktuur** Schwartzi pakuma süsteemiga paraku kõige paremini kokku ei sobi. Näiteks võiks faktoranalüüs*, mille alusel on võimalik eristada üksikväärtuste omavaheliste korrelatsioonide alusel grupeeruvaid väärtusrühmi, anda pildi, kus ühte faktorisse koonduvad Schwartzi skeemis ühe dimensiooni samale poolusele paigutuvad väärtused. Seda meie andmestiku puhul täiel määral ei juhtu. Väärtused on eriti killustatud esimeses ehk kõige suurema kirjeldusjõuga faktoris, kuhu kuuluvad hedonismiga (*õnn, meeldiv elu*), heasoovlikkusega (*armastus, ausus, tõeline sõprus*), enesemääratlemisega (*eneseaustus, vabadus*), saavutusega (*eneseteostus*), kõikehaaravusega (*õiglus*) ja turvalisusega (*riigi julgeolek*) seotud väärtused. Väärtusstruktuuri analüüsimisel individualismi–kollektivismi klassifikatsiooni alusel esineb samaliigiliste väärtuste paigutumist ühte faktorisse süsteemsemalt, eriti neljandas ja viiendas faktoris; esimeses faktoris on mõlemat liiki

* Schwartzi süsteem ei põhine küll faktoranalüüsil, vaid analüüsil, mida ta nimetab *smallest space intercorrelations* (eesti k *vähima kauguse seosed*) ja mille täpset tehnikat ta ei avalda, kuid eeldame, et põhimõttelised analoogiad väärtuste struktuuris (nt vastanduvad poolused) võiksid erinevaid metoodikaid kasutades esile tulla.

Joonis 2.2. Schwartzi mitmedimensiooniline väärtuste mudel ja väärtusrühmade koondkeskmised Eestis (2003)



väärtused esindatud praktiliselt võrdväärselt (vt ka Masso & Vihalemm 2003: 69).

Seetõttu peame otstarbekaks tuua alljärgnevalt ära andmestiku empiirilisele struktuurianalüüsile tugineva ülevaate Eesti elanikkonna erinevate sotsiaal-demograafiliste rühmade väärtushinnangutest.

4. Väärtusteadvuse empiiriline struktuur Eestis 2003. aastal

Andmetes peituva reaalse väärtusteadvuse struktuuri "parimaks" ehk võimalikult adekvaatseks taasesitamiseks kasutasime **faktorgraafilist meetodit**, mis võimaldab faktoranalüüsi erinevate lahendite võrdlemise teel leida nn **puhtaima lahendi**, mis vastab kõige paremini uuritavate väärtuste seoste reaalsele struktuurile. Faktorgraafiline meetod ja sellega seonduvad põhimõisted vajavad siinkohal lühidalt lahtiseletamist (lähemalt vt Saarniit 1995).

4.1. Faktorgraafiline meetod

Faktorgraafiks nimetatakse mingi konkreetse faktorlahendi graafilist kujutist (vt joonis 2.3), mis koosneb üksteise alla paigutatud ristkülikutest, millest igaüks markeerib antud lahendi üht faktorit. Faktorgraafi igasse ristkülikusse kantakse tavaliselt faktori järjekorranumber vastavas lahendis ning antud faktori põhitunnuste (lühi)nimed ja nende faktorlaadungid. Faktori **põhitunnuseks** loetakse algtunnust (nt mõõdetud väärtuskujutlust), mille faktorlaadungi absoluutväärtus on suurim antud faktoris. Põhitunnused näitavad seda, et nendes peegelduvad väärtuskujutlused on kõige tihedamalt seotud just antud faktorile vastava **väärtusorientatsiooniga** ehk väärtusteadvuse kompleksse allstruktuuriga. Faktoreid markeerivate ristkülikute alla on otstarbekas märkida vastava faktori **lisatunnused**. Viimasteks loetakse algtunnuseid, millel on suurima absoluutväärtusega laadung mingis teises faktoris, kuid mis on ka antud faktoris esindatud piisavalt suure laadungiga. "Piisavalt suur laadung" võib olla defineeritud statistiliste kriteeriumide alusel (nt laadungi statistiline olulisus etteantud nivool) või uurija enda poolt, kes faktormaatriksi laadungite üldpildist lähtudes otsustab lugeda piisavalt suureks mingist absoluutväärtusest (nt 0,30) suuremad laadungid.

Lisatunnustel on oluline roll faktorlahendi sobivuse hindamisel. Nimelt peegeldab suure arvu lisatunnuste esinemine konkreetses faktorlahendis asjaolu, et lahendi faktorite arv on ebakõlas algtunnuste seoste reaalse struktuuriga. Faktorgraafilise meetodi kasutamise üks eesmärk ongi leida erinevate faktorlahendite kõrvutamise teel parim ehk puhtaim lahend, milles on väikseim arv lisatunnuseid.

Kõrvutiasetsevate faktorgraafide edasise analüüsi käigus on otstarbekas erinevates lahendites esitatud identsed tunnused omavahel joontega ühendada. See võimaldab jälgida algtunnuste "liikumist" ühest faktorist teise ning liigitada tunnuseid tuumtunnusteks ja ääretunnusteks (vrd Rokeach 1960). Tuumtunnuste mõiste on suhteline

ning seotud konkreetse faktorlahendite komplektiga. Faktori **tuumtunnusteks** nimetatakse kaht või enamat põhitunnust, mis kõigis vaadeldavates faktorlahendites esinevad alati ühe ja sama faktori põhitunnusena. Kõik teised tunnused on antud faktorlahendite komplekti puhul **ääretunnused**.

Väärtusteadvuse struktuuri analüüsil on tuumtunnused tõlgendatavad kui vastava väärtusorientatsiooni kõige tihedamalt seotud ja püsivamad komponendid. Kui tegemist on erinevate respondentide gruppide faktoranalüüsi tulemuste kõrvutamisega, markeerivad tuumtunnused võrreldavate gruppide väärtusteadvuse struktuuri ühisjooni ning ääretunnused selle olulisi või ebaolulisi erinevusi.

4.2. Empiirilise struktuurianalüüsi tulemused

Küsitluse *Mina. Maailm. Meedia* respondentide väärtusteadvuse struktuuri empiirilisel analüüsil kasutasime faktoranalüüsi peakomponentide meetodit koos varimaks pööramisega. See meetod sobitab faktoranalüüsi alglahendi maksimaalselt kokku algtunnuste seoste tegeliku struktuuriga ning toob selgemalt esile omavahel tihedamini seotud algtunnuste (väärtuskujutluste) grupid ehk väärtusorientatsioonid (Saarniit 1995: 169). Infokadude vältimiseks asendasime puuduvad väärtused 5-pallise skaala keskmise väärtusega 3 (ankeedis vastusevariant *Ei tähtis ega tähtsusetu*).

Faktorgraafilisel meetodil kõrvutasime 2- kuni 7-faktorilisi lahendeid. Lisatunnuste vähesuse kriteeriumi alusel osutus neist puhtaimaks 2-faktoriline lahend (6 lisatunnust), mis jagas uuritavad väärtuskujutlused väheste eranditega selgelt kollektivistlikeks-kõikehaaravateks ja individualistlikeks väärtusteks: esimesse, kollektivistliku-kõikehaarava suunitlusega faktorisse, asetusid (faktorlaadungite suuruse järjekorras) *ausus, rahu maailmas, ilusmis maailm, puhas keskkond, tugev perekond, riigi julgeolek, sisemine harmoonia, tervis, tarkus, õiglus, õnn, eneseaustus, tõeline sõprus, vabadus, võrdsus,* lunastus ning teise, individualistliku suunitlusega faktorisse *võimu omamine, meeldiv elu, jõukus, eneseteostus, huvitav elu, ühiskondlik tunnustus, mugav elu, armastus, tehnika areng*. Ehkki 2-faktorilist lahendit ei ole otstarbekas selle suhteliselt madala summaarse kirjeldusvõime (38,4%) ning liiga laia tõlgendusulatuse tõttu edasises analüüsis kasutada, peegeldab see küllaltki adekvaatselt väärtusteadvuse tõi universaalset struktuuritasandit (individualism–kollektivism) ning lisab kinnitust varasemale käsitlustele väärtusteadvuse sisulise struktuuri hierarhilisest iseloomust (vrd nt Saarniit 1995: 170; Allik & Realo 1996).

Enamafaktorilistest lahenditest osutus lisatunnuste arvu poolest puhtaimaks **5-faktoriline lahend** (12 lisatunnust). Edasises analüüsis kasutamegi 5-faktorilist lahendit (joonis 2.3; lisatabel 2.3), mis on rahuldav ka statistiliste parameetrite poolest (summaarne kirjeldusvõime 53,2%, kõigi 5 faktori omaväärtus > 1).

Faktoritele nimede andmisel lähtusime ühisest motivatsioonilisest eesmärgist, mida väljendavad vastava faktori tuumtunnused (joonisel 2.3 rasvases kirjas), st tunnused, mis esinevad ühe ja sama faktori põhitunnustena 2- kuni 5-faktorilistes ning väheste eranditega (*võrdsus* ja *huvitav elu*) ka kuni 7-faktorilistes lahendites.

Esimene faktor – **isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal** – koondab nii individualistlikke, kollektivistlikke kui kõikehaaravaid väärtuskujutlusi nagu *eneseaustus, õnn, ausus, armastus, tarkus, tugev perekond, eneseteostus, tõeline sõprus, õiglus, meeldiv elu, riigi julgeolek, vabadus, sisemine harmoonia*. Neid ühendavaks motiiviks on meie arvates just tasakaalustatus kõigis olulistes väärtusdimensioonides, mitte konflikt ega domineerimine.

Teine faktor – **keskkond ja füüsiline heaolu** – koondab endas sellised väärtused nagu *puhas keskkond, tervis, rahu maailmas* ja *tehnika areng*, mis teooria kohaselt kuuluvad jällegi erinevatesse väärtustüüpidesse (nt *puhas keskkond* kui postmodernne ja *tehnika areng* kui modernne väärtus). Samas tähenduslikult ühendab neid meie arvates just püüe füüsilise turvalisuse (*tervis, rahu maailmas*) ja heaolu poole, mida kaasaegses maailmas pakub sageli just tehnoloogia. Puhas keskkond seondub nii eksistentsiaalse (nt saastest tekkivad tervisehädad) kui ka sümbolilise turvalisuse ja heaoluga (nt teadlikkus globaalsetest keskkonnaprobleemidest).

Kolmandale faktorile andsime nimeks **hingeline tasakaal,** märkimaks *lunastuse, võrdsuse* ja *kauni maailma* väärtustusest tekkivat sümbioosi. Selle väärtustekogumi juured on kahtlemata kristlikus kultuuris. Inimestevahelisi suhteid reguleeriva võrdsuse väärtustamisele annab kaastähenduse sisemistele protsessidele viitav lunastus. Eetilised ja esteetilised väärtused on siin tugevasti läbipõimunud.

Materiaalne kindlustatus ja heaolu (neljas faktor) koondab niihästi materiaalse *jõukuse* kui ka mõnevõrra hedonistlikuma ja materiaalse-mittemateriaalse dimensioonis mitmetähenduslikuma *mugava elu* väärtustamise. Antud faktor on ka teoreetilisest aspektist vaadatuna "selgem", esindades individualistlikku poolust.

Viiendasse faktorisse koondusid väärtused *võimu omamine, ühiskondlik tunnustus* ja *huvitav elu*, mis väljendavad taas selgelt individualistlikku, ennast (teiste arvel) kehtestavat orientatsiooni.

Joonis 2.3. Faktoranalüüsi 5-faktorilise lahendi faktorgraaf

Peakomponentide meetod, varimaks pööramine

F1 Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	
Eneseaustus	0,66
Õnn	0,63
Ausus	0,62
Armastus	0,62
Tarkus	0,59
Tugev perekond	0,55
Eneseteostus	0,55
Tõeline sõprus	0,55
Õiglus	0,54
Meeldiv elu	0,54
Riigi julgeolek	0,46
Vabadus	0,45
Sisemine harmoonia	0,45
Kaunis maailm	0,30

F2 Keskkond ja füüsiline heaolu	
Puhas keskkond	0,79
Tervis	0,78
Tehnika areng	0,53
Rahu maailmas	0,52
Tugev perekond	0,33
Riigi julgeolek	0,35
Kaunis maailm	0,40

F3 Hingeline tasakaal	
Lunastus	0,78
Võrdsus	0,57
Kaunis maailm	0,53
Ausus	0,30
Sisemine harmoonia	0,39
Ühiskondlik tunnustus	0,47

F4 Materiaalne kindlustatus ja heaolu	
Mugav elu	0,73
Jõukus	0,70
Õnn	0,46
Meeldiv elu	0,51
Võrdsus	0,32

F5 Enesekehtestamine	
Võimu omamine	0,72
Ühiskondlik tunnustus	0,52
Huvitav elu	0,50
Eneseteostus	0,49
Tehnika areng	0,42

Paksu kirjaga on esile tõstetud faktori tuumtunnused (esinevad ühe ja sama faktori põhitunnustena 2- kuni 5-faktorilistes ning väheste eranditega (*võrdsus* ja *huvitav elu*) ka kuni 7-faktorilistes lahendites).

Eristamaks seda väärtusrühma varasematest, mõnevõrra teistsuguse sisuga empiirilis-teoreetilistest mõistetest, nimetasime selle **enesekehtestamise** *(Self-Establishment)* faktoriks.

4.3. Väärtusorientatsioonid sotsiaal-demograafilistes gruppides

Edasise analüüsi tarbeks omistasime kõigile indiviididele eelpool kirjeldatud 5-faktorilise lahendi faktorkaalud ning arvutasime nende keskmised peamistes sotsiaal-demograafilistes gruppides (tabel 2.3). Nagu näeme, eristab elanikkonna rühmi ennekõike orientatsioon materiaalsele kindlustatusele ja heaolule – *mugavat elu* ja *jõukust* ühendava faktori kaalude keskmised erinevad statistiliselt olulisel määral kõigis võrreldavais sotsiaal-demograafilistes gruppides (materiaalset kindlustatust ja heaolu väärtustavad kõrgemalt vene keelt kõnelevad inimesed, naised, nooremad vastajad, madalama haridustaseme ja sissetulekuga inimesed ning linnaelanikud).

Seega võib oletada, et nimetatud väärtusorientatsiooni näol on tegemist ühtaegu nii defitsiidiväärtusega (materiaalset kindlustatust ja heaolu ihalevad rohkem sellest enim puudust tundvad grupid, nt madalaim sissetulekurühm) kui ka teatud üldise eluhoiakuga seonduva hinnanguga (kõrgharidusega vastajad ja maaelanikud väärtustavad materiaalset kindlustatust ja heaolu madalamalt, noored kõrgemalt).

Märkimisväärselt (5 sotsiaal-demograafilise tunnuse lõikes) eristab elanikkonna gruppe ka orientatsioon hingelisele tasakaalule; silmatorkavaim on seejuures erinevus eesti ja vene keelt kõnelevate vastajate vahel.

Sotsiaal-demograafiliste parameetrite võrdluses eristab vastajate väärtusorientatsioone eelkõige sugu – meeste ja naiste väärtushinnangud erinevad kõigi viie faktori lõikes, kusjuures mehed väärtustavad naistega võrreldes kõrgemalt üksnes enesekehtestamist. Ulatuslikult lahknevad ka eri vanuses vastajate väärtusmaailmad: nooremad inimesed (15–29-aastased) on selgelt individualistlikumad, vanemad (55–74-aastased) aga kollektivistlikumad. Analoogilist üldistust ei saa teha eesti ja vene keelt kõnelevate vastajate osas: venelased väärtustavad kõrgemalt nii hingelist tasakaalu kui materiaalset kindlustatust ja heaolu, madalamalt aga isiksuslikku ja sotsiaalset tasakaalu. Olulisel määral mõjutab inimeste väärtusteadvust sissetulek: kõrgema sissetulekuga vastajad hindavad vähem nii materiaalset kindlustatust ja heaolu kui ka hingelist tasakaalu, väärtustades kõrgemalt enesekehtestamist. Ka ühiskondlikesse muutustesse positiivsemalt suhtuvad, paremini kohanenud inimesed väärtustavad üldtendentsina kõrgemalt enesekehtestamist ning madalamalt nii hingelist tasakaalu kui ka materiaalset kindlustatust ja

Tabel 2.3. 5 faktorilise lahendi faktorkaalude keskmised rahvarühmades

	Keel		Sugu		Vanus			Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta			Elukoht	
	Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–29	30–54	55–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Kuni 2000	2001–4000	Üle 4000	Linn	Maa
N	969	501	684	786	415	659	397	326	807	294	743	439	237	1033	437
F1 Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	0,17**	-0,33**	-0,10**	0,09**	0,07	-0,03	-0,03	-0,06	0,05	-0,06	0,01	-0,03	-0,00	-0,06**	0,15**
F2 Keskkond ja füüsiline heaolu	-0,04	0,07	-0,06*	0,05*	-0,20**	0,01**	0,19**	-0,14**	0,02**	0,10**	0,01	-0,00	-0,02	0,02	-0,05
F3 Hingeline tasakaal	-0,24**	0,47**	-0,17**	0,15**	-0,31**	-0,01**	0,34**	0,03	0,01	-0,10	0,12**	-0,02**	-0,31**	0,07**	-0,16**
F4 Materiaalne kindlustatus ja heaolu	-0,08**	0,16**	-0,07*	0,06*	0,19**	-0,05**	-0,11**	0,13**	0,03**	-0,22**	0,07*	-0,05*	-0,13*	0,06**	-0,14**
F5 Enesekehtestamine	0,03	-0,06	0,18**	-0,16**	0,38**	-0,04**	-0,33**	0,02	-0,04	0,11	-0,09**	0,01**	0,23**	-0,02	0,05

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0{,}01$.
* Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0{,}05$.

heaolu (vt 14. peatükk). Elukoht avaldab inimeste väärtushinnangutele mõnevõrra teistsugust mõju: ka maaelanikud hindavad madalamalt nii materiaalset kindlustatust ja heaolu kui ka hingelist tasakaalu, ent väärtustavad kõrgemalt isiksuslikku ja sotsiaalset tasakaalu. Kõige vähem ent eripäraselt sõltuvad väärtusorientatsioonid haridustasemest: kõrgharidusega vastajad paistavad silma mõnevõrra postmodernistlikuma väärtusteadvuse poolest, hinnates madalamalt materiaalset kindlustatust ja heaolu ning kõrgemalt keskkonda ja füüsilist heaolu.

Ülalkirjeldatud tendentsidega haakuvad seged ja tugevad seosed väärtusorientatsioonide ja elulaadi tüüpide vahel (vt ka 6. peatükk). Materiaalset kindlustatust ja heaolu väärtustavad keskmisest märkimisväärselt kõrgemalt kahe aktiivse, valdavalt nooremapoolsetest respondentidest koosneva elulaadi tüübi (uue meedia, seltsielu keskse tüübi ning hasartse, meelelahutusliku tüübi) esindajad, aga ka suhteliselt depriveeritud, passiivse elulaadiga inimesed; keskmisest madalamalt aga kahe aktiivse elulaadi tüübi (tööle orienteeritud, kultuurilembese tüübi ja tehniliselt hartrastusliku tüübi) esindajad, kes on ühtlasi materiaalselt suhteliselt hästi kindlustatud. Hingeline tasakaal ja enesekehtestamine osutuvad elulaadide aktiivsuse–passiivsuse telje taustal selgelt vastandlikeks väärtusorientatsioonideks: enesekehtestamist väärtustavad keskmisest kõrgemalt viie aktiivse elulaadi tüübi esindajad, keskmisest madalamalt aga kolme passiivsesse elulaadi tüüpi kuulujad; hingelise tasakaalu puhul on seos täpselt vastupidine (vt joonis 10.1).

4.4. Väärtusteadvuse struktuur sotsiaal-demograafilistes gruppides

Tabeli 2.4 põhjal võib öelda, et Eesti elanikkonna väärtusstruktuuri (vt alapunkt 4.2) tugevaim ühisjoon on arusaam puhast keskkonda ja füüsilist heaolu kui motivatsioonilist eesmärki väljendavate väärtuste kokkukuuluvusest: vastava faktori kaks tuumtunnust – *puhas keskkond* ja *tervis* – kuuluvad samasse väärtusorientatsiooni kõigi vaadeldud sotsiaal-demograafiliste gruppide liikmete teadvuses, faktori kolmas tuumtunnus – *rahu maailmas* – seostub teiste väärtusorientatsioonidega vaid alg- või põhihariduse ning keskmise sissetulekuga inimeste teadvuses. Respondentide väärtusteadvuse struktuuri oluliseks ühisosaks on ka enamik isiksuslikku ja sotsiaalse tasakaalu orientatsiooni (esimene, suurima kirjeldusjõuga faktor) tuumtunnuseid: *eneseaustus* kuulub nimetatud väärtusorientatsiooni kõigi gruppide liikmete

Tabel 2.4. Väärtusteadvuse struktuuri erinevused väärtushinnangute lõikes (rahvarühmades)

	Tunnuse iseloom	Struktuuri-erinevusi kokku	Tunnuse eristusvõime sotsiaal-demograafiliste gruppide väärtusteadvuse struktuuride võrdluses					
			Keel: eesti; vene	**Sugu**	**Vanus:** 15–29; 30–54; 55–74	**Haridus:** alg-, põhi; kesk; kõrg	**Sissetulek:** kuni 2000; 2001–4000; üle 4000	**Elukoht:** linn; maa
Puhas keskkond	T	0						
Tervis	T	0						
Tehnika areng	Ä	3		+			+	+
Mugav elu	T	3				+	+	+
Võimu omamine	T	2			++			
Huvitav elu	Ä	3			+	+	+	
Jõukus	T	3				+	+	+
Rahu maailmas	T	2				+	+	
Kaunis maailm	T	6	+	+	+	+	++	
Tugev perekond	T	5	+		+	+	+	+
Võrdsus	Ä	5		+	+	+	+	+
Sisemine harmoonia	Ä	6	+	+	+	+	++	+
Vabadus	Ä	4			++	+		+
Riigi julgeolek	Ä	5		+		++	+	+
Õnn	T	2					+	+
Meeldiv elu	Ä	6	+		++	+	+	+
Ausus	T	4	+			++	+	
Eneseaustus	T	0						
Tarkus	T	1				+		
Armastus	Ä	5	+	+	+		+	+
Ühiskondlik tunnustus	Ä	4	+	+	+	+		
Lunastus	T	1			+			
Õiglus	T	1				+		
Tõeline sõprus	T	1	+					
Eneseteostus	Ä	6	+	+	++	+		+
Struktuurierinevusi kokku			9	8	16	18	16	12

T – tuumtunnus 2–7-faktorilisis lahendeis. **Ä** – ääretunnus.
\+ Tunnus kuulub rühmade võrdluses kahte erinevasse faktorisse.
++ Tunnus kuulub rühmade võrdluses kolme erinevasse faktorisse.

teadvuses, *tarkus, õiglus, tõeline sõprus* ning *õnn* seostuvad vaid üksikute gruppide puhul teiste faktoritega. Eesti elanikkonna väärtusteadvuse struktuuri olulisteks ühisjoonteks on ka arusaamad *lunastusest* kui hingelise tasakaalu kesksest väärtusest ning *võimu omamisest* enesekehtestamisele orienteerituse põhitunnusena. Üksnes vanimad vastajad peavad *lunastust* kokkukuuluvaks *ühiskondliku tunnustusega* ning *võimu omamist* hingelise tasakaalu vastandväärtuseks (negatiivne faktorlaadung), samas kui noorimate respondentide teadvuses kuulub *võimu omamine* täiesti iseseisvasse faktorisse. Elanikkonna väärtusteadvuse struktuuri silmapaistvaimad erinevused ilmnevad *kauni maailma, sisemise harmoonia, meeldiva elu* ja *eneseteostuse* seostamises mitme erineva väärtusorientatsiooniga.

Sotsiaal-demograafilistest tunnustest eristab inimeste väärtusteadvuse struktuuri kõige enam haridus, seejärel sissetulek ja vanus (tuleb siiski arvestada, et nimetatud kolme tunnuse puhul võrreldakse omavahel kolme rühma väärtusteadvuse struktuure, mis suurendab struktuurierinevuste esinemise tõenäosust). Võttes arvesse, et elukoha puhul võrreldakse omavahel vaid kahe grupi – maa- ja linnaelanike – väärtushinnangute faktorlahendite struktuure, tuleb tõdeda, et väärtusteadvuse struktuuri mõjutab olulisel määral ka vastaja elukoht (ulatuslikumalt kui sugu või emakeel).

Üks huvitavamaid struktuurierinevusi on materiaalse kindlustatuse ja heaolu orientatsiooni tuumväärtuste – *jõukuse* ja *mugava elu* – seostumine või mitteseostumine enesekehtestamise orientatsiooniga. Enamiku vaadeldud sotsiaal-demo-

graafiliste gruppide puhul moodustavad nimetatud väärtused omaette faktori, kuhu võib kuuluda ka teisi üksikväärtusi (nt *võrdsus* naiste ja madalaima sissetulekuga inimeste puhul). Nooremapoolsete vastajate (15–29-aastased) väärtusteadvuses paigutuvad *jõukus* ja *mugav elu* samasse rühma *meeldiva* ja *huvitava eluga*, keskealiste (30–54-aastased) puhul moodustavad *jõukus* ja *mugav elu* omaette faktori, eakamate (55–74-aastased) väärtusteadvuses kuuluvad need kaks väärtust kokku *huvitava eluga*. Alg- või põhiharidusega vastajad ning maaelanikud seostavad aga *jõukust* ja *mugavat elu* orientatsiooniga enesekehtestamisele (vastava faktori tuumväärtusteks on *võimu omamine* ja *huvitav elu*), *jõukuse* seostamine enesekehtestamisega on omane ka kõrgeima sissetulekuga respondentidele. Viimatimainitute nagu ka kõrgharidusega vastajate väärtusteadvuse struktuurid sarnanevad ühtlasi kõige enam ligikaudselt samal ajal küsitletud Stockholmi piirkonna lõunaosa elanike väärtusteadvuse struktuuriga (Vihalemm & Kalmus 2004). Kuna kõrgeima sissetulekurühma ning kõrgharidusega inimeste puhul ilmneb ühtlasi tugevaim globaalne identifikatsioon (vt 3. peatükk), võib väita, et kõrge sotsiaalne staatus (olles osaliselt eduka sotsiaalse kohanemise tulem) on olulisel määral seotud mentaalsete struktuuride "läänestumisega" (globaliseerumisega).

Kokkuvõte

Väärtusi saab analüüsida mitmel viisil: nii üksikväärtustest kui ka struktuuriskeemidest lähtuvalt. Struktuuriskeemid loovad muutustest erinevates sotsiaal-demograafilistes rühmades üldistatuma pildi, samas tuleb siin arvestada teatud vastuolu dega teoreetiliste skeemide ja empiiriliste analüüsitulemuste vahel.

Samas, nagu näitab eelnev kolmelt eri lähtepositsioonilt tehtud analüüs, ühtivad põhitulemused siiski suurel määral selleks, et pidada õigustatuks erinevaid analüütilisi lähenemisi.

Üldtendentsina – sarnaselt kõigis sotsiaalsetes rühmades – on üksikväärtuste keskmisi võrreldes põhjust arvata, et siirdeperioodil (1991–2003) on Eestis muutunud tähenduslikumaks ning inimeste elus olulisemaks mitmed nautlemise, lähisuhete ja enesetunnetusega seotud väärtused nagu *õnn, mugav elu, meeldiv elu, huvitav elu, armastus, ühiskondlik tunnustus, võrdsus, tarkus, eneseaustus, enesemeetod, laamis maailm, tõeline sõprus* (vt ka Lauristin & Vihalemm 1997; Vihalemm 1997b).

Üldise tendentsina saab välja tuua väärtuste individualiseerumise põlvkonniti. Nooremad inimesed hindavad kõrgemalt individualistlikke väärtusi nagu *eneseteostus, huvitav elu, võimu omamine, meeldiv elu, mugav elu, jõukus*. Nende individualism on ühtaegu nii ennastkehtestav, emantsipatoorne kui ka hedonistlik-tarbijalik. Seda järeldust kinnitab ka väärtusteadvuse struktuuri analüüs (15–29-aastaste teadvuses kuuluvad *jõukus* ja *mugav elu* samasse faktorisse *meeldiva* ja *huvitava eluga*) ning asjaolu, et eagrupp paistab silma väga kõrge konsumerismi ja väga madala tarbimisliku ükskõiksuse taseme poolest (vt 12. peatükk).

Seega iseloomustab Eesti ühiskonnas toimunud väärtuste nihet püüd nautlemisele ja – eriti noorema põlvkonna seas – enesekehtestamisele. Võib arvata, et toimunud väärtuste nihe tähistab isiku vabanemist ühtlustavast ja normeeritud keskkonnast, kusjuures noorema põlvkonna puhul tähendab isiku vabanemine just emantsipatsiooni – tegevusvõimaluste ja vabaduse suurenemist tunnetatakse väljakutse, mitte määramatuse kasvust tekkiva ohu- ja abitusetunde allikana.

Eesti ühiskonnas on muutustega toimetuleku üheks materiaalseks indikaatoriks sissetulek. Kõrgema sissetulekuga rühmad, kes enamasti hindavad muutusi positiivsemalt, väärtustavad kõrgemalt *eneseteostust* ja *võimu omamist*, madalamalt aga *võrdsust, õiglust* ja *tugevat perekonda*. Vastupidine tendents ilmneb madalama sissetulekuga inimeste rühmades. Võib püstitada hüpoteesi, et sellised universalistlikud ja kollektivistlikud väärtused nagu *õiglus, võrdsus, ausus* on Eesti siirdekultuuris omandanud tugeva sotsiaalse kihistumise ning eduka *vs* ebaeduka kohanemise konnotatsiooni. Defitsiidina on materiaalselt vähemkindlustatute seas samuti kõrgelt hinnatud individualistlikud väärtused *jõukus* ja *mugav elu*. Nende kõrval on "vähemedukates" (väiksema sissetulekuga, madalama staatusega, muutusi negatiivsemalt hindavates) sotsiaalsetes rühmades tähtsustunud hingelist tuge pakkuvad väärtused: *tugev perekond, tõeline sõprus, kaunis maailm, lunastus*.

Eesti ühiskonna puhul saame oletada, et individualistlik-emantsipatoorsete väärtuste domineerimine kollektivistlik-universalistlike väärtuste üle võib muutuda nn sotsiaalselt edukate allkultuuri iseloomustavaks fenomeniks. Tuleb nentida, et kõrgeima sissetulekuga respondendid moodustavad ühe vähestest sotsiaal-demograafilistest rühmadest, kelle väärtusteadvuse struktuuris seostub *jõukus* enesestmõistetavalt enesekehtestamisega. Keskmise ja madalaima sissetulekuga rühmade väärtusteadvuses tõusevad nn passiivset-tarbijalikku individualismi tähistavad *jõukus* ja *mugav elu* esile pigem defitsiidi-väärtustena.

Samas on alust arvata, et "vähemedukates" sotsiaalsetes rühmades tähtsakspeetud isiksuslikku ja sotsiaalset ning hingelist tasakaalu väljendavad

väärtused võivad hakata rühmale pakkuma hoopis positiivse eristumise võimalust. Niisugused sotsiaalset eristumist de-materialiseerivad väärtused Eesti siirdekultuuris on tõenäoliselt *tugev perekond, tõeline sõprus, kaunis maailm, sisemine harmoonia, lunastus*.

Rahvusrühmiti on väärtushinnangud samuti muutunud mõnevõrra erinevalt. Üldiselt on venekeelse elanikkonna väärtushinnangud siirdeperioodil läbi teinud ulatuslikuma muutuse, mida võib seletada ka tugevama ja mitmekihilisema survega muutustega kohanemiseks. Eesti venelased väärtustavad kõrgemalt nii hingelist tasakaalu kui materiaalset kindlustatust ja heaolu, madalamalt aga isiksuslikku ja sotsiaalset tasakaalu. Üksikväärtuste tasandil on venekeelse elanikkonna seas tõusnud olulisemale kohale üldisema harmoonia püüdu tähistavad väärtused *tõeline sõprus, sisemine harmoonia* ja *tarkus*, aga ka *mugav elu*. Eestlaste seas on muuhulgas kasvanud *võimu omamise* väärtustamine, mis lubab oletada, et kontrolli ja enesekehtestamise motiiv on siirdeperioodil mõjutanud enam eestlaste eluorientatsioone. Seega on siirdekultuuri väärtustel ka teatav etnokultuuriline eripära sõltuvalt sellest, missugust viiteraami pakuvad ajalugu ja rahvuskultuur eestlastele ning Eesti venelastele.

Üks olulisim sotsio-kultuurilise taastootmise keskkond on haridussüsteem. Võrreldes väärtushinnanguid haridustasemeti võib teha kaudseid järeldusi haridussüsteemi eristava mõju (või selle puudumise) kohta. Eesti elanike väärtusteadvuse struktuur erineb enim just haridustasemete lõikes.

Kahe sugupoole esindajate sotsialiseerimisel valitsevad Eesti siirdekultuuris pigem traditsioonilised, aeglaselt muutuvad normid ja tõekspidamised, mis ilmnevad kujukalt rohkearvulistes erinevustes meeste ja naiste väärtushinnangute vahel. Mehi iseloomustab üldine väärtusskeptitsism (võrreldes naistega hindavad mehed väga paljusid väärtusi madalamalt) ning vastassooga võrreldes oluliselt tugevam orientatsioon enesekehtestamisele.

Maa- ja linnaelanike väärtushinnangutes ja -orientatsioonides ei ilmne reljeefseid, üheselt tõlgendatavaid erinevusi. Seevastu avalduvad olulised väärtusorientatsioonide erinevused elulaadi tüüpides, kusjuures eriti selge seos ilmneb elulaadide aktiivsuse–passiivsuse telje ning kahe, selle telje taustal teineteisele otseselt vastanduva väärtusorientatsiooni – enesekehtestamise ja hingelise tasakaalu – vahel.

Elanike väärtushinnangute analüüsi põhjal võime väita, et väärtusteadvuse erinevad aspektid ja elemendid on oma kujunemisprotsessis seotud erinevate mõjufaktoritega. Siirdeperioodi teise kümnendi Eesti ühiskonnas saame rääkida seose taandumisest vahetu elukeskkonna (linn *vs* maa) ning inimeste väärtushinnangute (ja ka elulaadide) vahel, mida võib pidada kujuneva meediaühiskonna üheks tunnusjooneks. Ühiskonna samaegsest kiirest kihistumisest annavad tunnistust jõuliselt esilekerkivad seosed väärtusorientatsioonide ning sotsiaalse staatuse ja *habituse* komponentide (sissetulek, haridus, kohanemus, elulaad) vahel. Samas mängivad väärtusteadvuse teatud aspektide kujunemisel olulist rolli ka etnokultuurilistele eripäradele ja sugupoolte erinevuse eeldusele tuginevad erilaadsed sotsialisatsioonimehhanismid.

Kasutatud kirjandus

Alexander, J. C., Eyerman, R., Giesen, B., Smesler, N. J., Sztomka, P. (eds) (2004). *Cultural Trauma*. Berkeley: University of California Press.

Allik, J., Realo, A. (1996). The Hierarchical Nature of Individualism-Collectivism: Comments on Matsumoto et al. *Culture and Psychology*, 2, 109–117.

Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.

Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Kalmus, V. (1999). Õppekirjanduses esinevate väärtuste uurimise metoodikast. Rmt: Mikk, J. (toim), *Väärtuskasvatus õppekirjanduses: artiklite kogumik*. Tartu: Tartu Ülikooli pedagoogika osakonna väljaanne nr 8, 6–22.

Kroeber, A. L., Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, Mass: The Museum.

Lauristin, M., Vihalemm, T. (1997). Changing Value Systems: Civilizational Shift and Local Differences. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. with Rosengren, K.-E. & Weibull, L. (eds), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 243–264.

Masso, A., Vihalemm, T. (2003). Eesti sidusus ja killustatus väärtuste peeglis. Rmt: Vetik, R. (toim), *Eesti inimarengu aruanne 2003: inimarengu trendid ja ühiskondliku kokkuleppe vajadus*. Tallinn: Tallinna Pedagoogikaülikool, Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute Instituut, 68–72.

Niit, K.-K. (2002). Eesti tudengite väärtused 1990. aastatel. Rmt: Valk, A. (koost), *Eesti ja eestlased*

võrdlevas perspektiivis: kultuuridevahelisi uurimusi 20. sajandi lõpust. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 42–59.

Rokeach, M. (1960). *The Open and Closed Mind: Investigations into the Nature of Belief Systems and Personality Systems.* New York: Basic Books.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values.* New York: Free Press.

Saarniit, J. (1995). Faktoranalüüsi ja faktorgraafilise meetodi kasutamisest väärtusteadvuse struktuuri analüüsil. *Eesti Statistikaseltsi Teabevihik*, 6, 160–179. Tartu.

Schwartz, S. H. (1990). Individualism–Collectivism: Critique and Proposed Refinements. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, 139-157.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In: Zanna, M. (ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol 25, San Diego: Academic, 1–65.

Sztompka, P. (2004). The Trauma of Social Change: A Case of Post-Communist Societies. In: Alexander, J. C., Eyerman, R., Giesen, B. Smesler, N. J. & Sztopmka, P. (eds), *Cultural Trauma.* Berkeley: University of California Press.

Vihalemm, T. (1997a). Changing Discourses on Values in Estonia. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. with Rosengren, K.-E. & Weibull, L. (eds), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition.* Tartu: Tartu University Press, 265–278.

Vihalemm, T. (1997b). Vene vähemuse väärtusorientatsioonid, referents-rühmad ja igapäevastrateegiad Eesti ühiskonnas 1991–1995. Rmt: Järve, P. (toim), *Vene noored Eestis: sotsioloogiline mosaiik.* Tallinn: Avita, 27–46.

Vihalemm, T., Kalmus, V. (2004). Global-Mindedness as a Privilege of the Successful? Comparison of Value Orientations and Self-Identifications in Estonia and Sweden. Paper presented at the 36th IIS Congress. Beijing, 7–11 July, 2004.

3.

KOLLEKTIIVSED IDENTITEEDID SIIRDEAJA EESTIS

Triin Vihalemm, Anu Masso

Siirdeühiskondade kultuuris toimuvaid muutusi on võimalik uurida ühiskonna struktuuri ja avalike tekstide (sh artefaktide) muutuste põhjal, aga ka läbi üksikisiku "kultuuritöötluste". Identiteet on üks olulisi kultuuri(muutuste) töötlusi indiviidi tasandil. Poliitilise, majandus- ja sotsiaalsfääri ümberstruktureerumine ja ühiskondlike suhete muutumine 1980. aastate lõpul ja 1990. aastate algul lammutas paljud senised kollektiivse eneseidentifitseerimise allikad ja tekitas ühiskonnas teatud atomiseerumise (nt kahanes oluliselt liikmeliste organisatsioonide).

Käesolevas peatükis anname ülevaate kollektiivse identiteedi peamiste viiteraamide kohta Eesti transformatsiooniperioodi teisel kümnendil. Kahjuks pole meil võimalik teha võrdlevat analüüsi varasema ajaga, saame tõenäolistele mõjuprotsessidele vaid kaudselt viidata.

1. Identiteet uurimise objektina

Identiteet on termin, mida kasutatakse erinevates teadusharudes (sotsioloogia, semiootika, sotsiaalpsühholoogia, psühholoogia, kirjandusteadus, ajalugu, etnoloogia, inimgeograafia jne). Tulenevalt termini erinevatest kasutuskontekstidest on raske anda ühest identiteedi-määratlust. Kuigi identiteeti on püüdnud mõtestada paljud autorid*, pole välja kujunenud selget, kõigis teadusvaldkondades üheselt mõistetavat definitsiooni.

Viimase aja töödes võib ühise joonena välja tuua konstruktivistliku käsitlusviisi, mille kohaselt identiteet on loodud, mitte n-ö antud ehk essentsialistlikult olemasolev. Selles mõttes pole korrektne rääkida sotsiaalsest identiteedist, sest tähendustena on kõik identiteedid sotsiaalselt konstrueeritud, ka nn bioloogilise aluspõhjaga identiteedid nagu sugupool ja rass. Eristatakse küll nn **personaalse identiteedi** teooriat, mis keskendub spetsiifilistele omadustele, mis eristavad üht indiviidi teisest antud personaalsete suhete sotsiaalses kontekstis. Samuti eristatakse **sotsiaalse identiteedi** teooriat, mille üks enimtsiteeritud autoreid Henri Tajfel defineerib sotsiaalset identiteeti kui "indiviidi minakontseptsiooni osa, mis tuleneb teadmisest kuulumise kohta sotsiaalsetesse gruppidesse koos nendele omistatava väärtuse ja emotsionaalse tähendusega" (Tajfel 1981: 225, eestindus Valk 2003: 231).

Üldist kommunikatsioonimudelit kasutades saame identiteediprotsesse analüüsida niihästi kodeerija kui dekodeerija poolelt ehk vastavalt **identiteedi konstrueerimist** (loomist) või **internaliseerimist** (pakutava vastuvõttu ja tõlgendust).

Identiteedi konstrueerimise protsessis eelistab institutsionaalne/kollektiivne tegutseja või indiviid üht tähenduse allikat teiste võimalike ees, mis annab subjektide kuuluvusele või tegevusele teatud mõtestatuse või sümboolse eesmärgi.

Identiteedi internaliseerimise käigus toimub erinevate avalikult ringlevate tähenduste vastuvõtt ja personaalne (ümber)töötlus, mille tulemusel kujuneb/saab kinnitust **kuuluvuse, seotuse ja sarnasuse tunnetus** (kujuteldavate) gruppidega*. Lihtsustatult öeldes: avalikele konstruktidele antakse personaalne tähendus.

Enam-vähem kõik autorid rõhutavad kodeerija ja dekodeerija aktiivsust ja vastasmõju identiteedi (ümber)kujunemisel. Näiteks eelpool toodud Tajfeli määratluses on indiviid ise oma kuuluvuse määratlemises aktiivne – identiteet sünnib sellele

* Ka individualism võib olla kollektiivse identiteedi üks vorm.

kindla tähenduse ja väärtuse andmisel. Identiteeti taasluuakse niihästi institutsionaalsete tegutsejate kui indiviidide poolt mitmesuguste sümbolite, rituaalide, *habituse* kaudu.

Segadust vastavas kirjanduses põhjustab mõnikord identiteedi ja rollide eristamine. Ühest alust siin pole. Sotsiaalpshühholoogia valdkonnas eristatakse personaalseid (indiviidi "minaga" seotud), sotsiaalseid (indiviidi suhetega seotud) ja kollektiivseid (indiviidi kuuluvusega seotud) identiteete (vt nt Valk 2003).

Ühiskonnateoreetik Manuel Castells (1998) väidab, et identiteedid on tugevamad tähenduste allikad kui rollid. Inimese rollid, mis organiseerivad erinevaid funktsioone, on määratletud institutsioonide poolt struktureeritud normidega. Kui rolle võib ühel indiviidil olla samaaegselt palju (nt tööline, ema, naaber, ametiühingu liige, suitsetaja jne), siis identiteet on (teiste võimalike tähendusallikate ees) prioriteetne tähenduse konstruktsioon, mis tähendusi organiseerides annab subjekti tegevusele sümboolse eesmärgi.

Eristatakse veel individuaalset ja kollektiivset identiteeti. Osa autoreid teeb vahet lihtsalt: **individuaalne identiteet** vastab küsimustele *Kes ma olen?* ja *Kuhu ma kuulun?*. **Kollektiivne identiteet** vastab küsimustele *Kes meie oleme?* ja *Kuhu meie kuulume?* (Thoits & Vishup, tsiteeritud Valk 2003: 231–232 kaudu).

Meie pakume välja kommunikatsioonimudelist lähtuva seletuse. Kollektiivne identiteet kui indiviidi enesemääratluse allikas kujuneb avalikest allikatest saadava materjali individuaalse kohandamise (rekonstrueerimise) käigus. Avalikku ruumi paisatud tähendustest võib rääkida kui kollektiivsetest identiteetidest juhul, kui on tunnetatav ja kirjeldatav **terviklik ja jätkuv** kodeerimise–dekodeerimise, tagasiside kodeerimise–dekodeerimise jne praktikate kompleks. Sageli ei saa selgelt määratleda piiri, kust muutub paljude indiviidide poolt avalike sümbolite personaalse internaliseerimise käigus tekkiv enesemääratlus grupi liikmena kollektiivseks identiteediks kui grupilise eneseteadvuse vormiks, mis kujundab indiviidide kogumist kollektiivse subjekti, kellel on jagatud tähendusruum ja kes arendab selle baasil teatud olukordades välja ka kollektiivsed käitumisstrateegiad. Etniliste jt gruppide kollektiivne käitumuslik mobilisatsioon ongi kollektiivse identiteedi uuringutes üks lemmikteemasid.

Tuginedes mitmele klassikalisele autorile*, võib kollektiivset identiteeti määratleda kui **gruppikuuluvust (taas)loovat tähenduse konstruktsiooni ajaloolis-kultuurilise materjali baasil**. Kollektiivne eneseteadvus saab tekkida, kui kooskonna liikmeid ühendavad teatud sümbolid, ühine tähenduslik ruum, mis võimaldab neil oma kogemusi ning soove kommunikeerida. Anthony Cohen on väitnud, et kollektiivne sümbolism ei pruugi väljenduda spetsiifilises sõnavaras ega käitumises (Cohen 1985: 14). Ta leiab, et sümbolitele annab ühendava jõu just tähenduste ambivalentsus – see, et sümbol ise ei defineeri tähendust, vaid võimaldab indiviididel tähendusi luua. Sümboli jagamine ei tähenda tingimata tähenduste jagamist (Cohen 1985: 14–15). Seega kooskonna taastootmise praktikad ei pruugi tähendada käitumise ja ideede kloonimist. Sarnased võivad olla käitumisviisid ja -vormid, kuid käitumise sisu ja tähendus võib grupi liikmete vahel märgatavalt varieeruda (Cohen 1985: 20).

Siit jõuame taas tõdemuseni, et identiteedi määratlemine selle järgi, kuivõrd suur osa kooskonnast kasutab ühiseid sümboleid ja käitumisviise, pole samuti õigustatud.

Seega ongi identiteet uurimisobjektina paratamatult mitmedimensionaalne ja dünaamiline, määratletav pigem protsessi kui seisundina.

Identiteedi kontseptualiseerimise küsimusest veelgi keerulisem on operatsionaliseerimise küsimus. Mida me uurime, kui me uurime identiteeti?

Laias laastus võib eristada identiteedi uurimises **kultuurikeskse** ja **indiviidikeskse** lähenemisviisi. Viimane põhineb suures osas sotsiaalpsühholoogide töödel. Üks olulisi uurimisobjekte on **enese kategoriseerimine** (nimetamine mingi rühma liikmeks; vt nt Tajfel 1981; Turner jt 1987; Hogg jt 1995). Samas haarab identiteedi uurimine ka paljusid teisi praktikaid, mille kaudu indiviid emotsionaalselt, tunnetuslikult ja/või käitumuslikult samastub teatud isiku või grupiga. Identiteeti uurides saame küsida: milliste rühmadega isik tunnetab ühtekuuluvust? Kui oluline rühmakuuluvus talle on? Kuivõrd ta tunnetab end emotsionaalselt seotuna (nt tunneb uhkust, häbi, ühist saatust vms)? Milliseid omadusi ta tõstab esile rühmakuuluvuse tunnusena? Kuidas põhjendab oma rühmakuuluvust? Jne. Seega, enda määratlemisega rühma liikmena kaasneb ka suhestumine rühma käitumis- või suhtlemisviisiga, sümbolitega. Rühmakuuluvusega kaasnevad erinevad (ka nt negatiivsed) väärtused ja emotsioonid.

Vaatamata keerukusele ja paljutähenduslikkusele on identiteet atraktiivne uurimisobjekt: indikaator ja seletuste pakkuja ühiskonnas toimuvate muutuste-vastasmõjude, sotsio-kultuurilise transformatsiooni ja indiviidi (re)sotsialiseerumise protsessidele. Identiteeti empiiriliselt uurides tasub aga meeles pidada, et selle täpsus ja tundlikkus on multidistsiplinaarse käsitluse tõttu

* Põhiliselt oleme algallikatena kasutanud Halli, Gieseni, Barthi, Coheni, Castellsi töid.

hägustunud ja seetõttu on soovitav termini piirid ja operatsionaliseerimise printsiibid eelnevalt täpselt määratleda.

2. Metodoloogiline tagapõhi

Identiteedi uuringud Eestis on kasutanud meediatekstidel põhinevat kontentanalüüsi (vt nt Korts 1999; Jakobson 2002), sotsiaalpsühholoogilisi teste (nt Valk & Karu 2001), süvaintervjuusid (Masso 1999) ja standardiseeritud küsitlusi (Vihalemm & Masso 2002, 2003a, 2003b).

Küsitluses *Mina. Maailm. Meedia* on identiteedi uurimisel lähtutud sotsiaalse kategoriseerimise teooriast (Turner jt 1987; Abrams & Hogg 1990; Hopkins & Reicher 1996; Turner, viidatud Brady 2000 kaudu), mis on vaid üks lähenemisvõimalus identiteedi keerulisele fenomenile. Oleme selle valinud hea operatsionaliseeritavuse tõttu standardiseeritud küsitluses. Paljud teised identiteediloome praktikad (nt jutustused) nõuaksid pigem kvalitatiivset lähenemist.

Nagu eelpool öeldud, on identiteediloomes olulised kaks paralleelselt toimuvat protsessi: (1) sotsiaalse tegevuse või sümbolite avalik konstrueerimine (sh nimetamine, kategoriseerimine) ja (2) individuaalne enesemääratlus (sh avalikkuses pakutavate nimetuste, kategooriate internaliseerimine).

Küsitluses *Mina. Maailm. Meedia** kasutati individuaalse enesemääratluse lähenemist, konkreetsemalt enesekategoriseerimist näitavat küsimust *Kelle puhul järgnevas nimekirjas Te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust nii, et võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna "meie"?* Vastajatele esitati 30 erineva grupi nimetust lokaalsel–globaalsel, formaalsel–mitteformaalsel, rahvuslikul, sotsiaalsel jms tasandil. Gruppi kuuluvust tuli hinnata dihhotoomsel skaalal (*1 – kuulun, 0 – ei kuulu*).

Tulemuste analüüsil on kasutatud eelkõige risttabeleid ja faktoranalüüsi. Tunnustevaheliste seoste hindamisel on kasutatud hii-ruut-seosekordajat, kuna seose tugevuse hindamise asemel oli eesmärgiks pigem kirjeldada selle olemasolu. Identiteedi gruppikuuluvuste mõjufaktorite hindamiseks kasutati multinominaalset logistilist regressiooni. Multinominaalne logistiline regressioon on otstarbekas niisugustes olukordades, kus soovitakse ennustada, millisesse nominaalse tunnuse kategooriasse (antud juhul identiteedi faktortunnusesse väärtusega >0) on indiviid tõenäoline kuuluma teatud sõltumatute tunnuste väärtuste alusel. Võrreldes lihtsa logistilise regressiooniga on multinominaalne meetod laiemalt kasutatav, kuna sõltuv tunnus pole piiratud kahe kategooriaga. Analüüsitehnika kasutamise detailsem loogika on esitatud vastavas alapeatükis.

3. Identifitseerivate kategooriate omaksvõtt

Tabelis 3.1 on toodud erinevad rühmad, kelle kohta vastajatelt küsiti, kas nad tunnevad nendega mingit ühtekuuluvust nii, et võiks enda ja nende kohta kasutada sõna "meie". Rühmade nimetused esitati ankeedis juhuslikus järjekorras, tabelis on nad toodud grupeerituna suurematesse tähendusliikesse kategooriatesse. Tabel annab ülevaate ka peamistest sotsiaal-demograafilistest eripäradest enesekategoriseerimisel.

Samastumine lähima sugulus- ja igapäevase suhtlusringiga on ootuspäraselt võrdlemisi kõrge. Oluline erinevus tuleb välja rahvuse lõikes – eestlaste samasustunne pere, sõprade, töö- ja õpingukaaslaste ning naabritega on kõrgem kui venekeelse elanikkonna samasustunne lähi- ja igapäevasesse suhtlusringi kuuluvate inimestega. Soo lõikes on erinevusi vähe, mehed tunnetavad naistest veidi sagedamini ühtekuuluvust töökaaslastega. Vanuse lõikes on erinevused n-ö ootuspärased ja seotud töise ning õpingulise aktiivsusega – vanemas eas ühtekuuluvus töö- ja õpingukaaslastega väheneb. Hariduse lõikes sisulisi eripärasid pole – harvem eneseidentifikatsioon töö- ja õpingukaaslastega alg- või põhiharidusega inimeste rühmas on tingitud sellest, et antud rühmas on rohkem vanu inimesi.

Rahvuslik, poliitiline ja territoriaalne samastumine on üldiselt madal (võrreldes nt Rootsi vastavate andmetega; Vihalemm & Kalmus 2004). Erand on kõrgem etniline kuuluvustunne, eriti eestlaste puhul. Kategooria *Eesti venelased* sisaldab endas niihästi etnokultuurilist kui ka territoriaalset dimensiooni ja on omaks võetud iga teise venekeelse elaniku poolt. Vastav enesekategoriseerimine on mõnevõrra sagedasem kõrgharidusega inimeste seas. Madal on tsiviilidentiteet niihästi kodakondsuse pinnal kui ka laiemas mõttes – kui solidaarsus *kõigi inimestega, kes Eestis elavad*. Eriti madal (alla 1/4) on end kaaskodanikega samastavate inimeste osakaal. Samasustunne kõigi inimestega, kes Eestis elavad, on venekeelse elanikkonna

*Eesti venekõnelaste huvides ei käsitle antud peatükk küsitluse *Mina. Maailm. Meedia* teist identifitseerivate kategooriate omaksvõttu ja tagasilükkamist puudutavat küsimuste blokki, milles olid küsimused *Kellena Te tunnete ennast praegu / kellena Te tundsite end 15 aastat tagasi?* Vastajaile pakuti hinnata kategooriaid *Eesti Vabariigi kodanik, eestlane/venelane (EMSV-st pärit inimene, Baltimaade elanik, nõukogude inimene, Eesti elanik, eestikeelne/venekeelne, põhjamaalane, euroopalane, maailmakodanik.* Küsitluse tulemuste kohta on lähemalt eesti- ja venekeelne ülevaade (Vihalemm & Masso 2003b; Vihalemm 2004).

Tabel 3.1. Grupid, kellega tuntakse ühtekuuluvust (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

Vastavat kategooriat valinute osakaal (%)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg
N	1470	940	509	684	786	148	267	397	261	213	184	326	807	294
Samastumine lähima sugulus- ja igapäevase suhtlusringiga														
Suguvõsa	66	68	64	67	66	74	67	63	68	72	59	68	66	64
Perekond	86	91	76	87	84	92	84	88	84	87	76	84	86	85
Sõbrad	77	83	66	80	75	88	83	80	78	72	60	74	79	77
Töökaaslased, kolleegid	59	67	44	63	55	36	64	67	64	60	44	47	62	66
Õpingukaaslased	43	48	34	44	42	80	52	41	37	29	28	41	41	52
Naabrid, oma maja, tänava inimesed	42	47	32	40	44	39	38	38	46	47	47	49	42	36
Rahvuslik, poliitiline ja territoriaalne samastumine														
Eestlased	63	86	20	67	59	63	63	60	63	66	64	65	61	64
Eesti venelased	31	19	52	32	30	32	34	31	33	28	23	29	30	35
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	31	25	42	30	32	29	27	29	40	34	31	33	32	30
Venemaa venelased	12	3	28	14	10	9	15	12	12	10	12	11	13	11
Väliseestlased	15	22	4	18	13	15	14	12	18	16	19	16	14	17
Need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud	21	21	20	24	18	21	19	19	23	20	26	22	22	15
Oma linna, valla, maakoha elanikud	32	33	29	30	33	37	31	29	35	31	30	34	30	32
Põhjamaalased	24	30	12	27	21	24	29	21	27	21	20	20	22	31
Eurooplased	16	19	12	20	13	25	18	17	15	12	13	16	15	20
Endised sotsialismileeri inimesed	7	5	12	9	6	4	8	10	9	4	4	4	7	11
Inimkond	28	26	30	29	27	33	38	28	27	19	19	24	30	26

Jätkub...

JÄRG. Tabel 3.1. Gruppid, kellega tuntakse ühtekuuluvust (keele-, soo-, vanuse- ja hariduserühmades)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg
Vaimne ühtekuuluvus														
Minu ea- ja põlvkonnakaaslased	45	44	48	40	50	51	37	34	51	54	59	50	45	41
Inimesed, kellega mul on ühised huvid	53	55	48	50	56	53	50	52	58	55	50	47	53	57
Inimesed, kelle vaated elule on minu omadega sarnased	49	51	45	45	52	52	49	45	52	50	51	50	50	45
Inimesed, kellega mul on üks maitse, sarnased eelistused	34	37	29	34	35	37	31	31	36	42	34	34	34	35
Inimesed, kellega jagan ühiseid elamusi, mälestusi mingitest sündmustest või ettevõtmistest	54	56	50	49	58	57	56	49	59	53	51	51	55	55
Samastumine staatuse, sotsiaalse edukuse ja materiaalse positsiooni alusel														
Inimesed, kellel elus ei vea	8	7	9	7	8	6	8	7	10	5	9	8	8	4
Edukad inimesed	15	11	21	14	15	16	18	13	16	13	12	12	16	14
Ärimehed, ettevõtjad, omanikud	4	4	2	6	2	2	6	6	3	1	1	3	3	6
Tööinimesed	27	29	23	31	24	12	27	27	30	30	32	29	29	19
Vaesed, eluraskusi tundvad inimesed	16	14	21	15	17	4	11	15	20	21	25	21	17	10
Jõukad, majanduslikult kindlustatud inimesed	2	3	1	4	1	2	6	2	2	1	1	2	2	4
Inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad	15	15	15	14	16	9	13	14	20	18	18	12	16	18
Tavalised inimesed, reakodanikud	28	26	32	29	27	16	27	28	33	31	29	27	31	21

hulgas sagedasem kui eestlaste seas, samuti on see mõnevõrra levinum vanemates earühmades – 45–74-aastaste seas. Ka samasustunne oma linna või maakoha elanikega on üldiselt madal.

Samastumist laiemal regionaal-ideoloogilisel alusel ei esine samuti eriti sagedasti. Ühisustunde allikana on eriti marginaalne kuuluvus endisesse sotsialismileeri. Põhjamaade ja Euroopa kujuteldav ruum loob kuuluvustunnet sagedamini. Samastumine põhjamaalastega on sagedasem eestlaste ja kõrgharidusega inimeste seas. Samastumine eurooplastega on kõrgem meeste ja 15–19-aastaste puhul.

Järgmist rühma võib nimetada **vaimseks ühtekuuluvuseks**, kuna siin ei saa eristada kindlaid n-ö väliseid kuuluvustunnuseid – samasustunde loovad ühised huvid, maailmavaade, sarnased maitse-eelistused ja ühised elamused-mälestused. Tinglikult oleme siia alla liigitanud ka ea- ja põlvkonnakaaslased, kuna faktoranalüüsi põhjal liigitus see kategooria samasse rühma. Üldiselt on nn vaimne ühtekuuluvus suhteliselt sagedane enesemääratluse alus, st sarnased huvid, eluvaade jne kuuluvad Eesti inimeste mõttemaailma "loomulikumalt" kui näiteks eelpool analüüsitud poliitilised ja territoriaalsed kategooriad. Suuri erinevusi sotsiaal-demograafiliste rühmade vahel ei ole. Üldtendentsina võib välja tuua, et nn vaimne ühtekuuluvus esineb eestlaste seas veidi sagedamini kui venekeelse elanikkonna hulgas ja naiste seas veidi sagedamini kui meeste seas. Põlvkondlik ühtekuuluvustunne on madalam 20–44-aastaste seas.

Samastumine staatuse, sotsiaalse edukuse ja materiaalse positsiooni alusel koondab enda alla laia ringi kategooriaid. Analüüsime vastandpaare erinevates dimensioonides. Samastumine sotsiaalse edu–ebaedu alusel ei ole antud küsitluse järgi eriti sagedasti esinev viis enese määratlemiseks. Mõnevõrra üllatuslik on, et venekeelse elanikkonna seas esineb samastumist edukate inimestega sagedamini kui eestlaste puhul. Üldiselt suuri sotsiaal-demograafilisi erisusi välja tuua ei saa, mis kinnitab kaudselt teesi, et sotsiaalse edu–ebaedu kategooriaid kuuluvustunde loomisel eriti sagedasti ei kasutata (või peeti seda ankeeti täites ebasoovitavaks eneserepresentatsiooniks). Sarnane on ka enesemääratlus vaesuse–jõukuse dimensioonis. Vaeste või jõukatega samastatakse end suhteliselt harva ning sagedamini pigem negatiivselt, st vaestega. Arvestades, kui sageli on inimeste jagunemine materiaalsete võimaluste järgi avalikkuses kõneaineks, on tulemus üsnagi ootuspärane. Venekeelse elanikkonna seas esineb kuuluvustunnet vaeste sekka sagedamini kui eestlaste seas. Eriti harva soovivad end vaeste inimestega samastada 15–19-aastased.

Mõnevõrra enamkasutatavad tunduvad olevat kategooriad *tööinimesed* ja *reakodanikud*, pakkudes kuuluvustunde alust ligikaudu igale 3.-4. Eesti elanikule. Suuri sotsiaal-demograafilisi erinevusi siin ei esine.

4. Identiteedi struktuur

Vastajate mõttemaailma struktuuri kaardistamiseks kasutasime faktoranalüüsi ning faktorite omavaheliste korrelatsioonide vähendamiseks peatelgede meetodit telgede varimaks pööramisega.

Kõige enam sisulist tõlgendust võimaldas kuuene faktorlahend (vt lisatabel 3.1). Faktorlahendi tulemused sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes on esitatud lisatabelis 3.2. Salvestatud faktortunnuste iseloomustamiseks on kasutatud multinominaalset logistilist regressiooni. Viimane võimaldab iseloomustada erineva identiteedi tugevusega indiviide teatud sõltumatute tunnuste kogumiku (siin *ankeedi keel, kodakondsus, sugu, haridus, sissetulek, asulatüüp* jms) väärtuste baasil. Tabelis 3.2 on esitatud regressioonanalüüsi koondtulemused. Vaadeldud on vastajate kuulumist identiteedi faktortunnuse väärtusklassi > 0. Iga sõltumatu tunnuse väärtuse (nt *ankeedi keel: vene*) jaoks on arvutatud identiteedi faktortunnuste lõikes eraldi B (standardiseeritud regressioonikordaja), mille positiivne või negatiivne märk näitab seose suunda võrreldes taustaks oleva baaskategooriaga (nt *ankeedi keel: eesti*). Tabelis 3.2 on lihtsuse mõttes esitatud kordaja väärtuse asemel vaid selle suund ning olulisus. St plussid näitavad vaadeldava rühma suuremat kalduvust (taustarühmaga võrreldes) omada mingit identiteeti, miinused aga väiksemat. Nt "+++" tabelis tähendab, et Euroopa Liitu omaks pidajatel on suurem kalduvus omada globaalset identiteeti ning võrreldes *ei oska öelda* vastanutega on erinevus statistiliselt oluline nivool $p < 0,01$. Seoste täiendavaks kirjeldamiseks on lisatabelis 3.3 toodud vastavad protsentjaotused.

- **Võrgustikuline ühtekuuluvus** ehk esimene faktor sisaldab tugevamaid faktorlaadungeid (≥ 0,5) kategooriate *sõbrad; perekond; suguvõsa; töökaaslased, kolleegid; eestlased* ning *õpingukaaslased* lõikes. Kõrge võrgustikulise kuuluvusega (st faktortunnuse väärtus > 0) paistavad ligi kolmandiku võrra sagedamini silma eestlased ning Eesti kodanikud (55% võrreldes Vene kodanike 21% ja kodakondsuseta isikute 39%-ga; vt tabel 3.2, lisatabel 3.3).

Tundub, et vene elanikkond on rohkem võõrdunud ka oma lähiringist. Viimasest võõrdumine suureneb oluliselt ka vanuse kasvades – kui vanuses 15–54 tunneb võrgustikulist ühtekuuluvust

Tabel 3.3. Identiteedigruppide prognoosimine tunnuste mõju alusel

Multinomiaalse logistilise regressioonanalüüsi tulemused; N = 1470

Sõltumatu tunnus	F1: Võrgustikuline ühtekuuluvus	F2: Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega	F3: Vaimne ühtekuuluvus	F4: Globaalne ühtekuuluvus	F5: Samastumine edukatega	F6: Samastumine idaeurooplastega
Venelased (võrreldes eestlastega)	– – –	+ +	– – –	– – –	– – –	+ + +
Naised (võrreldes meestega)			+ + +	– –	– – –	
Eesti kodakondsus (võrreldes kodakondsuseta isikutega)			+ + +			
Vene kodakondsus (võrreldes kodakondsuseta isikutega)	– – –					
15–29-aastased (võrreldes 55–74-aastastega)	+ + +	– –		+ + +		
30–54-aastased (võrreldes 55–74-aastastega)	+ + +	– – –		+ +		
Põhiharidus (võrreldes kõrgharidusega)		+ + +		– –		
Keskharidus (võrreldes kõrgharidusega)		+ + +		– –		
Sissetulek kuni 2000 krooni (võrreldes sissetulekuga üle 5000 krooni)		+				
Sissetulek 2001–5000 krooni (võrreldes sissetulekuga üle 5000 krooni)						+ +
Pealinn (võrreldes maaga)	– – –	– – –		+ +		+ + +
Suur linn (võrreldes maaga)	– – –			–		+ + +
Muu linn (võrreldes maaga)	– – –					+ + +
Euroopa Liidu pooldajad (võrreldes *ei oska öelda* vastanutega)	+ + +			+ + +		– –
Euroopa Liidu vastased (võrreldes *ei oska öelda* vastanutega)						
Euroopa Liitu omaks pidajad (võrreldes võõraks pidajatega)			+ + +			
Eestit omaks pidajad (võrreldes võõraks pidajatega)	+ +			+ + +		– – –

+ + + / – – – p < 0,01.
+ + / – – p < 0,05.
+ / – p < 0,1.

umbes pool vastanutest, siis 55–74-aastastel kahaneb see järsult ligi 10% võrra.

Kategooria *Eesti venelased* kuulub koguvalimi faktorlahendis kuuendasse faktorisse koos kategooriatega *endised sotsialismileeri inimesed, idaeurooplased, Venemaa venelased* (lisatabel 3.1). Ainult venekeelse elanikkonna kohta tehtud faktorlahendis kuulub etnilist kuuluvust näitav kategooria *Eesti venelased* eestlaste analoogse kategooria (*eestlased*) faktorkuuluvusega sarnaselt võrgustikulise ühtekuuluvuse faktorisse (lisatabel 3.2).

Rahvuse kategooria *eestlased* kuulumist võrgustikulise ühtekuuluvuse faktorisse seletab ühelt poolt sagedasem võrgustikuline kuuluvus just eestlaste seas. Samas tekib küsimus, kas mitte *eestlaseks olemine, eestlus* ei või indiviidi jaoks tähistada pigem konkreetsest grupiliikmetega kokkupuutumisest tulenevat ühisseosega gruppi (*common-bond group*) ning sellest tulenevat interpersonaalset, konkreetsete tegevuste, inimeste ning inimsuhete keskset **konkreetset etnilist identiteeti** (vastandatuna nn sümbolilisele identiteedile, mille puhul tunnetatakse end kuuluvat terviklikku, ühise ajaloolis-kultuurilise päritoluga gruppi koos vastavale liikmelisusele omistatava väärtusega, kuigi ei tunta isiklikult kõiki grupi liikmeid*).

• Teise faktori oleme nimetanud **ühtekuuluvuseks sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega** (*tööinimesed; tavalised inimesed, reakodanikud; oma linna, valla, maakoha elanikud; vaesed, eluraskusi tundvad inimesed; naabrid, oma maja, tänava inimesed; minu ea- ja põlvkonnakaaslased; kõik Eestis elavad inimesed; need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud; inimesed, kellel elus ei vea*). See faktor haarab samastumist inimestega, kellega tuntakse jagatavat ühist olmeruumi (nt naabrid, kaaslinlased) või majanduslikke ja poliitilisi vajadusi (tööinimesed, sama kodakondsusega inimesed). Kuna faktor sisaldab ka põlvkondlikku meietunnet, siis võib järeldada, et põlvkondliku kuuluvuse tähendusallikad on üldjoontes samad: jagatud (olme)ruum, ühised vajadused, huvid ja perspektiivid.

Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus-)ruumi omavate inimestega sõltub statistiliselt oluliselt vastaja emakeelest, vanusest, haridusest, nõrgalt ka sissetulekust ja asulatüübist. Vene vastajate samastumine selle grupiga on eestlaste taustal tugevam (erinevus 6%). Nooremad vastajad eitavad sagedamini vastavaid kategooriaid samastumise alusena (võrreldes vanima eagrupiga erinevus 31%). Sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega samastuvad enam põhi- (59%) ning keskharidusega vastajad (51%), võrreldes kõrgharidusega inimestega (38%). Kui võrgustikulist ühtekuuluvust tundvaid vastajaid võis leida kõikidest asulatüüpidest, siis sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimeste hulka arvavad end enam kuuluvat väiksemate linnade, alevike ja külade elanikud. Nimetatud identiteet võib strateegiliselt väljenduda distantseerumises või eitavas suhtumises teatud otsustamisprotsessidesse ning poliitikasse, mille üheks näiteks on suhteliselt suurem Euroopa Liidu vastalisus.

• Kolmanda faktori alla koondunud enesemääratluste ühisnimetajaks võiks olla **vaimne ühtekuuluvus**. Siia kuuluvad kategooriad pole seotud kindla sotsiaal-majandusliku struktuuriga, meie-tunne põhineb ühistel huvidel ja vaadetel elule, sarnastel maitse-eelistustel, jagatud elamustel-mälestustel. Tugevama vaimse ühtekuuluvusega on eestlased (vahe võrreldes venelastega 6%). Võrreldes meestega tunduvad vaimse ühtekuuluvuse kategooriad olevat omasemad naistele. Mõnevõrra üllatuslikult ei sõltu vaimse ühtekuuluvuse kategooriate kasutamine enesemääratluse alusena haridustasemest ega vanusest (võinuks arvata, et vaimset ühtekuuluvust kasutavad enesemääratluse alusena sagedamini nooremad või haritumad inimesed).

• Neljandasse faktorisse kuuluvate kategooriate (*eurooplased, põhjamaalased, inimkond, väliseestlased*) ühisnimetaja võiks olla **globaalne ühtekuuluvus**. Seda enesemääratluse "mustrit" esines sagedamini eestlaste seas. Globaalne orientatsioon on tugevam ka noorematel (15–29-aastastel – vahe võrreldes vanematega kuni ~20%) ning kõrgharidusega vastajatel (vahe teistega ~10%). Kuigi sagedamini on end läbi globaalse kuuluvuse määratlenud pealinna elanikud (57%), on alevike ning külade elanikud selles identiteedikategoorias esindatud ligi 7% võrra enam kui suurte linnade elanikud.

Globaalse enesemääratlusega inimesed pooldavad keskmisest rohkem ka Euroopa Liiduga ühinemist.

• Viienda faktori moodustab **samastumine edukatega** (*jõukad, majanduslikult kindlustatud inimesed; ärimehed, ettevõtjad, omanikud; inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad; edukad inimesed*). Seda identiteedi "mustrit" esineb sagedamini eestlaste seas (vahe venelastega 12%) ning harvemini kodakondsuseta vastajate hulgas (vaid 38%).

• Kuuendasse faktorisse kuuluvad kategooriad *endised sotsialismileeri inimesed, idaeurooplased; Venemaa venelased; Eesti venelased*. Nagu juba öeldud, kuulub etnilist kuuluvust näitav kategooria *Eesti venelased* ainult venekeelse elanikkonna kohta tehtud faktorlahendis eestlaste analoogse

* Konkreetse ja sümbolilise etnilise identiteedi eristamise kohta vt lähemalt nt Valk & Karu (1999).

kategooria (*eestlased*) faktorkuuluvusega sarnaselt võrgustikulise ühtekuuluvuse faktorisse. Kuna eestlaste ja venelaste osakaal koguvalimis erineb oluliselt, tasub kategooria *Eesti venelased* faktorkuuluvuse tõlgendamisel siiski lähtuda faktorlahenditest rahvuse lõikes.

Nimetasime kuuenda identiteedifaktori **samastumiseks idaeurooplastega**. Ootuspäraselt esineb seda "mustrit" suure osa venekeelsete vastajate seas (86%). Kultuurilisi, territoriaalseid jms eelistusi väljendab ka Eesti pigem *võõraks* kui *omaks* pidamine idaeurooplastega samastujate poolt. Kuigi varasemate uuringute järgi (Vihalemm & Masso 2003a) on samastumine diasporaa kategooriatega (*lähivälismaa venelane*) omane eelkõige venekeelse elanikkonna vanemale põlvkonnale, ei ilmne käesoleva uuringu tulemustes rahvusrühmade sees vanuselisi erinevusi.

Tõenäoliselt on identifikatsioon seotud inimeste kultuurilise kapitali ja üldise kohanemisvõimega, mis varieeruvad eelkõige kahe rahvusrühma ning erinevate generatsioonide lõikes. Kui vaimse ühtekuuluvuse osas ilmneb generatsioonide võrdluses kõige universaalsem muster, siis sotsiaalne (tavainimeste *versus* edukatega; võrgustikuline) või regionaalne (globaalne *versus* idaeuroopalik) ühtekuuluvus sõltub selgelt kultuurilise kapitali erinevusest eri vanusegruppidel (vt ka 4., 13., 14. ja 15. peatükk).

Rahvusgruppide lõikes erinev ühiskondlik positsioon ning identifitseerumine ilmneb ka lisatabelis 3.2 esitatud faktorstruktuurist, mis näitab erisuliste dimensioonide seotust venekeelse elanikkonna mõttelistes samastumismustrites. Näiteks sisaldab vaimse ühtekuuluvuse faktor teatud sotsiaalset konnotatsiooni (*edukad inimesed*). Rahvusrühmade erinev identiteedistruktuur väljendub ka grupivälises määratluses ehk teise rahvusrühma emilises identifikatsioonis. Eestlased seostavad venekeelset elanikkonda erinevate tsiviilkategooriatega (naabrid, eakaaslased, Eesti inimesed, lähiskodanikud, oma kodukoha elanikud, tööinimesed), millest võib välja lugeda valmisolekut grupidevaheliseks dialoogiks ning võimalust identiteedi ühisosa kujunemiseks. Venelased määratlevad eestlasi eelkõige päritoluliste seoste alusel (kas Venemaa venelastega), mis väljendab kahe rahvusgrupi eristamist territoriaalsetel või sotsiaalsetel alustel.

Kokkuvõte

Käesolevas peatükis analüüsisime kollektiivseid identiteete, tuginedes ühele paljudest identiteedi aspektidest – enesekategoriseerimise kontseptsioonile.

Käesolev analüüs käsitleb enese kategoriseerimist teatud rühmadesse kui üksikisiku tõlgendust Eesti ühiskonnas toimunud poliitilise, majandus- ja sotsiaalsfääri ümberstruktureerumise ja ühiskondlike suhete muutumise kohta. Lähtusime teoreetilisest eeldusest, et oma identiteedi konstrueerimise protsessis eelistab indiviid teatud **seotuse ja sarnasuse tunnetuse allikaid** teiste võimalike ees, mis annab tema kuuluvusele või tegevusele teatud mõtestatuse, sümboolse eesmärgi. Huvifookuses on eeskätt individuaalne enesemääratlus grupi liikmena kui ühiskonnas ringlevate tähenduste seire ja tõlgendamise vahend. Samuti arutlesime küsimuse üle, kuivõrd võiks erinevate enesekategoriseerimise "mustrite" baasil teatud tingimustel kujuneda lähedasi tähendusstruktuure jagavate indiviidide kogumist kollektiivne, grupilise eneseteadvuse ja käitumisstrateegiatega subjekt.

Dominantne ühtekuuluvustunnet loov tähendusstruktuur on sugulaste-sõprade-kolleegide ja ka oma etnilise grupi liikmete ring. Need kategooriad tähistavad meie arvates nn **võrgustikulist ühtekuuluvust**, mille taastootmisel on oluline vahetu igapäevane suhtlemine konkreetsete isikutega. Huvipakkuv on, et antud tähendusstruktuuri paigutuvad ka oma etnilise rühma liikmed. Näiteks Rootsi ja Poola ühiskonnas paigutuvad vastavad kategooriad identiteedi struktuuri mudelites kokku kodakondsuse ja territoriaalse kuuluvuse kategooriatega, Eestis haakub etniline enesemääratlus aga pigem tribaalse, kogukonnapõhise kui poliitilise tähendusruumiga. Etniline kuuluvustunne on laialt omaks võetud, eriti eestlaste puhul. Kategooria *Eesti venelased* sisaldab endas niihästi etnokultuurilist kui ka territoriaalset dimensiooni ja on omaks võetud iga teise venekeelse elaniku poolt. Mõlemad kategooriad kuuluvad rahvusepõhistes faktorlahendites võrgustikulise ühtekuuluvuse faktorisse. Seega tähistab kategooria *eestlased* pigem tribaalset identiteeti ehk konkreetsest grupiliikmetega kokkupuutumisest tulenevat ühisseosega gruppi (*common-bond group*). Antud identifikatsiooni "muster" võib olla eripärane just siirdeühiskondadele – Rootsis analoogse metoodika abil tehtud uuringutes ei eristunud vastavat kategooriate-rühma, sõbrad-perekond moodustasid omaette, suhteliselt väiksema kirjeldusjõuga faktori (Vihalemm & Kalmus 2004). Venemaal analoogse metoodika abil tehtud uuringus eristus

aga sisult sarnane faktor, kuhu kuulusid perekond, sõbrad, eakaaslased, kaaslinlased ja sama etnilise grupi liikmed (Danilova 2003). Seega võib püstitada hüpoteesi, et siirdekultuuri üks iseloomulik näitaja võib olla nn sümbolilise identiteedi tribaliseerumine – nõrgeneb kuuluvustunde abstraktne sümboliline alus, mida taastoodab kujuteldav ühine ajaloolis-kultuuriline tähendusruum, mitte isiklik kogemus kõigi/paljude grupi liikmetega. Kuuluvustunde tähendust taastoodavad pigem konkreetsed (prototüüpsed) grupiliikmed, nendevahelised suhted ja tegevused. Oluline osa võib siin olla meedial, kuna abstraktsete teemade-probleemide illustreerimine ja dramatiseerimine läbi konkreetse üksikisiku prisma on üks meediakäsitlusele iseloomulikke raame.

Suhteliselt heterogeense tähendusruumi moodustab **enesemääratlus jagatud olme-, majandus- ja poliitikaruumi, ühiskondliku positsiooni ja põlvkonna järgi** (nt naabrid, kaaslinlased, tööinimesed, reakodanikud, põlvkonnakaaslased), mis on omasem Eesti venelastele, vanematele eagruppidele, põhi- ning keskharidusega inimestele, väikelinnade-alevike-külade elanikele. Kuivõrd nimetatud sotsiaalsed rühmad on keskmisest madalama majandusliku kapitaliga, siis võib püstitada hüpoteesi, et ühiskondlik positsioon ja jagatud (tegevus)ruum on tähenduslikum identiteedi allikas pigem nende inimeste seas, kes asuvad ühes või teises mõttes ühiskondlikul ääremaal või madalamas kihis (st, et see identiteet luuakse pigem defitsiidi põhjal). Ka tsiviilidentiteedi kategooriad (*kaaskodanikud* ja *Eesti elanikud*) kuuluvad samasse tähendusstruktuuri.

Üldiselt on Eesti elanike tsiviilidentiteet (nii kodakondsuse pinnal kui ka laiemas mõttes – kui solidaarsus *kõigi inimestega, kes Eestis elavad*) siiski suhteliselt nõrk (võrreldes näiteks Rootsi vastavate andmetega; Vihalemm & Kalmus 2004). Eriti madal (alla 1/4) on end kaaskodanikega samastavate inimeste osakaal. Samasustunne kõigi inimestega, kes Eestis elavad, on venekeelse elanikkonna hulgas sagedasem kui eestlaste seas, samuti on see mõnevõrra levinum vanemates earühmades – 45–74-aastaste seas. Ka samasustunne oma linna või maakoha elanikega on üldiselt madal.

Samastumine laiemal regionaal-ideoloogilisel alusel – Põhjamaade ja Euroopa kujuteldava ruumi baasil – on Eesti ühiskonnas suhteliselt vähem levinud, võrreldes näiteks Rootsi vastavate andmetega. Esialgne võrdlev analüüs näitab, et nn **globaalsele ühtekuuluvusele** viitavad kategooriad võivad omandada pigem edukate eneseidentifikatsiooni konnotatsiooni, mitte muutuda Eesti ühiskonna kõiki liikmeid ühendava meie-tunde tähistajaks (Vihalemm & Kalmus 2004).

Meie algne tööhüpotees – nn **vaimne ühtekuuluvus**, mida loovad näiteks jagatud huvid, maitse-eelistused, elamused, on tugevam noorema põlvkonna ja kõrgema haridustasemega inimeste seas – ei leidnud kinnitust. Vaimne ühtekuuluvus esindab meie uuringus avatud, võrgustikulisele ühiskonnale omast, sotsiaalse struktuuriga mitteseotud, situatiivset ja paindlikku identiteeti, mida jagavad enam-vähem võrdselt kõik sotsiaalsed rühmad. Märgatavam erinevus tekkis vaid soo lõikes: mehed kasutavad sagedamini sotsiaalse struktuuri keskseid ja väldivad "ujuvamaid" identiteediloome praktikaid.

Staatus ja (kujuteldav) positsioon ühiskonna sotsiaal-majanduslikus hierarhias pole kuuluvustunde taastootmisel väga laialdaselt kasutatav viiteraam. See võib ühelt poolt olla seletatav Eesti avalikus ruumis valitseva individualistlik-liberaalse ideoloogiaga, mis fetišeerib saavutuste puhul inimese isiklikku tublidust ja läbilöögivõimet. Korporatiivseid suhteid avalikult ei manifesteerita või paigutatakse need pigem negatiivsesse tähendusvälja (korruptsiooniskandaalid jms). Samas on hierarhilist positsiooni ja edu–ebaedu dimensiooni tähistavad kategooriad *inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad* ja *edukad inimesed* suhteliselt nõrgemate ja heterogeensemate laadungitega, lõimudes sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega ühtekuuluvuse faktori ning vaimse ühtekuuluvuse faktoriga (eriti 4-se ja 5-se faktorlahendi puhul). Seega võib kujuteldav positsioon ühiskonna sotsiaal-majanduslikus hierarhias varjatult kujundada teiste võimalike kollektiivse identiteedi kategooriate tähenduse kujunemist. Castells (1998) väidab, et ka individualistlik identiteet võib olla kollektiivse identiteedi üks vorme. On võimalik, et Eesti puhul kujuneb nn edukate ja positsioonikate identiteet just individualistike identiteetide baasil.

Üldiselt võib individuaalse enesekategoriseerimise leviku-ulatuse ja moodustuvate "mõttemustrite" analüüsi baasil püstitada hüpoteesi sotsiokultuurilise tähendusruumi killustumise kohta – kuuluvustunde loomisel domineerivad pigem võrgustikulised, (konkreetsete) sotsiaalsete suhete kesksed tähendused, pigem rollid ja normid, kui abstraktsed sümbolid-artefaktid, "suured narratiivid" ja väärtused.

Kasutatud kirjandus

Abrams, D., Hogg, M. (1990). Self-Categorization and Social Identity. In: Abrams, D. & Hogg, M. (eds), *Social Identity Theory*. New York: Springer-Verlag, 10–28.

Brady, H.E. (2000). Categorically Wrong? Nominal versus Graded Measures of Ethnic Identity. *Studies in Comparative International Development*, 35 (3), 1–36.

Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. 2: The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publishers.

Cerulo, K. (1999). *Identity Designs: The Sights and Sounds of a Nation*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Cohen, A. P. (1985). *The Symbolic Construction of Community*. Chisester: Ellis Horwood Ltd, New York: Tavistock Publications.

Danilova, E. (2003). Transformation of National Identity in Post-Soviet Russia. Paper presented at the 6th Conference of the European Sociological Association. Murcia (Spain), 23–26 September, 2003.

Hogg, M., Terry, D., White, K. (1995). A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 58 (4), 255–269.

Hopkins, N., Reicher, S. (1996). The Construction of Social Categories and Process of Social Change: Arguing about National Identities. In: Breakwell, G. M. & Evanthia, L. (eds), *Changing European Identities: Social Psychological Analyses of Social Change*. Bodmin, Cornwall: Hartnolls, 49–95.

Jakobson, V. (2002). Civic, Political and Ethno-Cultural Collective Identities Constructed in the Russian Press of Estonia since 1947. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia*. Tartu: Tartu University Press, 175–184.

Jenkins, R. (1996). *Social Identity*, London: Routledge.

Kurm, K. (1999). Rahvusliku identiteedi erinevate vormide konstrueerimine Eesti ajakirjanduses 1987–1996. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond.

Masso, A. (1999). *Venelased Eestis: mõningate identifitseerivate kategooriate tähendusest*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, sotsioloogia osakond.

Tajfel, H. (1981). The Structure of Our Views about Society. In: Tajfel, H. & Fraser, C. (eds), *Introducing Social Psychology*. Harmondsworth: Penguin Books, 302–321.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., Wetherell, M. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorisation Theory*. Oxford: Blackwell.

Valk, A. (2003). Identiteet. Rmt: Allik, J., Realo, A., Konstabel, K. (toim), *Isiksusepsühholoogia*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 225 –250.

Valk, A., Karu, K. (1999). Attitudinal and Behavioral Attachment to the Group: Symbolic and Ethnic Identity. In: Lauristin, M. & Rahnu, L. (eds), *Intercultural Communication and Changing National Identities*. Tartu: Tartu University Press, 72–86.

Valk, A., Karu, K. (2001). Ethnic Attitudes in Relation to Ethnic Pride and Ethnic Differentiation. *Journal of Social Psychology*, 5, 583–603.

Vihalemm, T. (2004). Communication Experience and Cultural Self-Consciousness of Young Estonian Russians in the Open Media Space. In: *Proceedings of Conference "Multicultural Estonia"*. Tallinn: Integratsiooni Sihtasutus.

Vihalemm, T., Kalmus, V. (2004). Global-Mindedness as a Privilege of the Successful? Comparison of Value Orientations and Self-Identifications in Estonia and Sweden. Paper presented at the 36th IIS Congress. Beijing, 7–11 July 2004.

Vihalemm, T., Masso, A. (2002). Patterns of Self-Identification among the Younger Generation of Estonian Russians. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia*. Tartu: Tartu University Press, 185–198.

Vihalemm, T., Masso, A. (2003a). Identity Dynamics of Russian-Speakers of Estonia in the Transition Period. *Journal of Baltic Studies*, 34 (1), 92–116.

Vihalemm, T., Masso, A. (2003b). Dinamika identitšnosti russkih Estonii v period postsovetskih transformatsii. *Diasporõ / Diasporas*, 5 (2), 230–257.

4

EESTI KUJUNEV KEELERUUM

Triin Vihalemm, Anu Masso, Peeter Vihalemm

Peatükk annab ülevaate Eesti elanike võõrkeelte oskusest, kasutamisest ja hoiakutest rahvus- ja vanuserühmade lõikes 2003. aasta algul, enne Euroopa Liiduga ühinemist. Nii võõrkeelte kui emakeele sotsiaalset väärtust kujundab tugevasti Eesti sisenemine üleilmalisse kultuuri- ja majandusruumi. Endisest "konservühiskonnast" on kiiresti kujunenud rahvusvahelistesse meelelahutus- ja infovõrgustikesse lülitunud, avatud kultuuriruumiga ühiskond, kus eesti ja vene keele kõrval tõuseb inglise keele osatähtsus. Analüüsides Eesti elanike võõrkeelte oskust, kasutamist ja hoiakuid, püüame leida vastust küsimusele, milliseid arengusuundi loob inimeste keeleline kapital ja kommunikatiivne kogemus Eesti ühiskonnale uues, avatud kultuuri- ja majandusruumis.

1. Keele sotsiaalne tähendus

Keeleteoreetikud viitavad oma töödes keele sümbolilisele ehk integratiivsele ning praktilisele ehk instrumentaalsele tähendusele.

Keel **instrumentaalses** tähenduses on grupisiseste ja -väliste kommunikatsiooni, info edastamise vahend (vt nt Kim 1988). Instrumentaalne motivatsioon on oluline näiteks võõrkeele omandamisel – sellega loodetakse olla konkurentsivõimelisem näiteks hea töökoha saamisel. Sel juhul on keelel ka gruppidevahelistes suhetes tugev instrumentaalne väärtus.

Grupiliikmete ühine eneseteadvus tekib juhul, kui keelekogukonna liikmeid ühendavad teatud sümbolid, ühine tähenduslik ruum, mis võimaldab neil oma kogemusi ning soove kommunikeerida (Giles 1985). Sageli peavad grupid just emakeelt oma identiteedi "tuumaks", kuna keele kaudu kommunikeerimise teisi grupi liikmeks olemise tähendusi, keele kaudu edastab oma sõnumit grupi vaimu- ja poliitiline eliit (Fishmann 1977). Kuna ühine suhtluskeel võimaldab grupi liikmetel luua teatava "kujuteldava kooskonna" (Anderson 1991), on keelel ka **sümboliline ehk integratiivne** tähendus (vt nt Edwards 1985; Gardner 1985).

Sümboliline tähendus pole sugugi ainult emakeelel. Ka võõrkeele kasutamine ja (hea) oskamine võib teatud juhtudel olla tugeva sümbolilise tähendusega. Näiteks hea inglise keele oskus annab rahvusvahelises seltskonnas sageli mitte üksnes eelise olla paremini mõistetud, vaid ka paremini seltskonda vastu võetud. Enamuse–vähemuse suhetes võivad vähemusgrupi liikmed teise grupi keelt väärtustada kui sümbolilist kapitali, mille abil võib saada (enamus)grupi liikmeks.

Kahtlemata on keele instrumentaalne ja sümboliline väärtus omavahel seotud. Palju on uuritud juhtumeid, kus vähemusrühma liikmed, olles sunnitud kasutama enamusrühma keelt teatud eeliste saamiseks, minetavad pikapeale omaenda kultuurilise identiteedi ehk assimileeruvad. Uurijad arutlevad näiteks selle üle, kas inglisekeelse massikultuuri pealetung läbi reklaami, popmuusika, filmide jms kahandab või hoopis suurendab rahvuskeelte jätkusuutlikkust. Osa uurijaid (nt Ould-Abdallah 1992: 36) väidab, et emakeele ning teiste keelte kasutamine ei pruugi olla vastastikku nivelleerivad, vaid teineteist vastastikku täiendavad ning tugevdavad.

Analüüsitud on ka juhtumeid, kus vähemusrühm üritab taastada oma keele instrumentaalset ja sümbolilist väärtust (nt Fishmann 1977; Dowling 1997). Oma gruppi kaitsvat praktikat kirjeldab tuntud ühiskonnauurija Manuel Castells kui vastupanu, kus "pööratakse ümber" domineerivate institutsioonide ja ideoloogiate raamistikus kehtestatud väärtushinnangud ja püütakse ehitada kaitsvat piiri "meie" ja "nende", s.o surveavaldajate vahele. Castells nimetab seda väljaarvajate

väljaarvamise strateegiaks (*the exclusion of the excluders by the excluded*; Castells 1998: 8–9). Castellsi väitel muutuvad vastuhakkavad strateegiad oluliseks just kaasaegses võrguühiskonnas, seevastu Lääne tüüpi tsiviilühiskond ja seda kandev legitimeeriv identiteediloome tüüp* taandub. See on Castellsi arvates reaktsioon üleilmastumisele, maailma haaramatusele, võrguühiskonna nihkunud aja- ja ruumisuhetele ning "kehatutele" kooslustele, kusjuures ta ennustab, et just keel tõuseb keskseks "meid" määratlevate ja piiritlevate tähenduste allikaks (Castells 1998).

Eesti ja vene keelega seonduvate hoiakute analüüs Eesti siirdeperioodist viitab küll võimalusele, et võõrkeele suur instrumentaalne väärtus poliitilise, majandusliku või kultuurilise surve olukorras võiks hoopis kasvatada emakeele sümbolilist väärtust (Vihalemm 1999a). Eestluse kui kollektiivse identiteedi taasloome praktikates on eesti keelel olnud oluline integratiivne roll – see oli keskse sümbolina konstrueeritud 19. sajandil baltisaksa valgustusliikumise hoovuses ning hilisemad venestamislained mobiliseerisid keele kui grupi peamise sümbolilise ressursi kaitsele. Ka Nõukogude ajal, mil vene keel muudeti meta-territoriaalse Nõukogude kodaniku identiteedi üheks peamiseks kandjaks (Goble 1995), jäi eesti keel keskselele kohale eestlaste kui vähemusgrupi identiteedis. Osa autoreid räägib laulupidudele ja 40 kirjale viidates keelepõhisest "kultuurilisest vastuhakust" (Lauristin & P. Vihalemm 1997). Ka eestlaste kiiret üleminekut vene keelele võib tõlgendada nii pugemise kui ka vastuhakuna – tõkestav keelevahetusstrateegia ei lase "teistel" tulla keelekasutuse kaudu "meie" sümbolilisse ruumi (Bourhis 1979; Sachdev & Bourhis 1990). Niisiis: eestlaste senise keele- ja kultuurikeskse, kaitsva identiteediloome praktika kirjeldamiseks sobib vastupanu-identiteedi mudel Manuel Castellsi poolt väljapakutud tüpoloogias (Castells 1998: 8). Tekib küsimus, kas uues kontekstis muutub eestlaste suhe emakeelde ja võõrkeeltesse?

Venekeelse elanikkonna jaoks on vene keel kui kogu Nõukogude Liidu territooriumil kehtinud *lingua franca* omanud peamiselt kõrget kasutusväärtust. Muutunud olukorras esilekerkinud küsimus eesti keele omandamise või mitteomandamise kohta seab Eesti venekeelse kooskonna valiku ette, kas rakendada muutunud ühiskondlikes oludes individuaalseid või kollektiivseid kohanemisstrateegiaid. Individuaalase strateegia valik tähendaks "assimilatiivse konkurentsi" käivitumist, milles venekeelse kooskonna liikmed võistleksid omavahel eesti keele abil parima ühiskondliku positsiooni omandamise nimel. Kollektiivse strateegia valik tähendaks aga, et venekeelse kooskonna liikmed tekitaksid oma keelelisest erisusest **ühise sümbolilise ressursi,** mille baasil taastada kollektiivne positiivne mina-pilt ja nõuda Eesti riigilt erikohtlemist (Laitin 1998).

Paljud uurijad leiavad, et keel on otsustav etniliste gruppide piiride loomisel eelkõige siis, kui on tegemist ilma riigita rahvustega, kes organiseeruvad keeleliste kogukondade ümber (Brubaker 1997: 95; Castells 1998: 52). Seega on ka Eesti venekeelse elanikkonna identiteedi erivormide peamiseks eristajaks peetud seda, milliste objektiivsete kriteeriumide (nt keele ja kultuuri) alusel need on loodud. Ka võib keel olla mõttelise ruumi säilitamise vahendiks NL territooriumiga, kus varem elati (Laitin 1998).

Seega on keelekasutus Eestis ajalooliselt kujunenud gruppidevaheliste (võimu)suhete kehtestamise ja enda grupilise kuuluvuse määratlemise sümboliks – seda nii eestlaste kui ka venekeelse elanikkonna jaoks. Kogu keelekasutuse sotsiaalne kontekst Eestis on paratamatult tundlik, laetud võimu ja enesemääratlemise konnotatsioonidega. Samas avaneb Eesti geo-kultuuriline ruum kiiresti – laieneb inglisekeelse tarbimis- ja massikultuuri mõjuala, tekib tihedamalt nii vahetuid kui kommunikatsioonitehnoloogiate läbi vahendatud kontakte teiste maadega.

Käesolev analüüs keskendub küsimustele: kuivõrd on Eesti ühiskonna geo-kultuuriline avanemine mõjutanud võõrkeelte oskust, kasutust, nende instrumentaalset ja sümbolilis-integratiivset tähendust?

2. Kasutatud andmed ja meetod

Keele empiirilises analüüsis on eristatud käitumuslikku aspekti ehk keele reaalset kasutamist ning kasutussagedust. Teisalt on analüüsitud keele hoiakulist aspekti ehk üldist suhtumist keele kasutamisse ning selle sotsiaalpsühholoogilisi tulemusi. Käesolevas analüüsis on need kaks aspekti operatsionaliseeritud järgmiste küsimusgruppide abil.

Võõrkeelte oskus, kasutussagedus ja kasutussfäärid: *Milliseks hindate oma keeleoskust? Kui sageli olete kasutanud erinevaid keeli? Kas te olete tõlkinud*

* Ühiskonnas valitsevad institutsioonid, organisatsioonid jt subjektid konstrueerivad ja taastoodavad identiteeti, mis ratsionaliseerib nende domineerimise allikad, vahel konfliktsel, enamasti aga rahumeelsel moel. Seda identiteediloome tüüpi nimetab Castells **legitimeerivaks identiteediks**. Tüüpiliseks näiteks legitimeeriva identiteediloome kohta peab Castells tsiviilühiskonda, kus tähendused on organiseeritud kodakondsuse, demokraatia, sotsiaalse muutuse politiseerituse ümber. Omaette alatüübina eristab Castells veel **projekti-identiteeti**, mille puhul ühiskonnas vähemuses olevad grupid kasutavad oma kuuluvustunnet ja kommunikatiivset kapitali selleks, et end eksisteerivas (võimu)süsteemis väärtustada ja kehtestada (Castells 1998).

kuu jooksul kasutanud (kasvõi põgusalt) mingit muud keelt peale oma emakeele? Kus/kellega suheldes olete kasutanud eesti/vene keelt? Mingit muud võõrkeelt? Mis keelt kasutate arvuti menüüde, juhiste lugemisel, Internetist info otsimisel, Internetis suhtlemisel (e-post, foorumid)?

Uurisime inglise, soome, vene/eesti, saksa, prantsuse, rootsi keele oskust ja kasutussagedust. Võõrkeelte kasutussageduse ja mitmekesisuse põhjal moodustasime tüpoloogiad, võttes aluseks andmete loomuliku grupeerumise faktor- ning klasteranalüüsis.

Tulemuste analüüsil on kasutatud eelkõige kahemõõtmelisi risttabeleid, korrelatsioone ning faktor- ja klasteranalüüsi. Tunnustevaheliste seoste hindamisel on kasutatud hii-ruut-seosekordajat, kuna seose tugevuse hindamise asemel oli eesmärgiks pigem kirjeldada selle olemasolu. Aluseks võeti olulisusnivood $p \leq 0{,}01$ ja $p \leq 0{,}05$. Detailsem analüüsitehnikate kasutamise põhjendus ning loogika on esitatud vastavates alapeatükkides.

Keelega seonduvate hoiakute uurimisel on kasutatud Triin Vihalemma poolt kvalitatiivuuringute baasil 1995. a väljatöötatud väideteblokki (Vihalemm 1997, 1999a), mis võimaldab ajalist võrdlust. Samuti on hoiakute blokki lisatud mitmeid uusi väiteid.

Ajalist võrdlust võimaldavad küsimused eesti keele omandamise integratiivse ja instrumentaalse motiivi kohta, mis on konstrueeritud, tuginedes süvaintervjuudele, kus venekeelsed vastajad oma keelelist käitumist ja arvamusi vabas vestluses kirjeldasid. Väide *Eesti keelt on vaja osata eelkõige selleks, et saada head tööd* ning selle vastuväide *Juhul, kui mul on hea spetsialist või omad tutvusi, saab hea töökoha ka eesti keelt oskamata* iseloomustavad instrumentaalseid kaalutlusi. Väited *Kui inimene oskab eesti keelt, pole oluline, et ta kuulub teise rahvusse* ja *Kui maailma õpib ära eesti keele, suurendab see eelkõige suhtlust usaldust eestlastega* iseloomustavad keelesümbolilist väärtust (vt ka Vihalemm 1999a, b).

Uuringusse *Mina. Maailm. Meedia* on lisatud muutunud geo-kultuurilist konteksti kajastavaid uusi väiteid: *On normaalne, kui Eesti venelane ja eestlane räägivad omavahel inglise keeles; Eesti keelele ja kultuurile on praegu kõige suuremaks ohuks inglise keele ülekaal; Eestlased peaksid pöörama rohkem tähelepanu eesti keele hoidmisele ja kaitsele* ja *Emakeel jääb mulle alati kõige olulisemaks, sest ta seob mind oma rahvaga*. Samuti mõõdab uuring arvutite ja Internetiga seotud keelelisi hoiakuid läbi nõustumise/mittenõustumise järgmise väidetepaariga: *Mind häirib, et arvutiga tuleb suhelda inglise keeles. Eelistaksin, et menüüd ja programmid oleksid emakeelsed versioonid. Mind ei häiri inglisekeelsed menüüd ja programmid, ma ei pea arvutiga suhtlemisel keelt oluliseks.*

Oleme esitanud analüüsi tulemused kolmes osas: (1) võõrkeelte oskus ja kasutussagedus; (2) eesti keele kui riigikeele ühiskondliku tähenduse kujunemine vastasmõjus inglise keele ja vene keele integratiivse ja instrumentaalse tähendusega; (3) erineva kommunikatiivse kapitaliga rühmade iseloomustus ja võrdlus.

3. Võõrkeelte oskus ja kasutamine Eestis 2003. aasta algul

Eesti on hea keeleoskuse ning – paljuski sellest johtuvalt – märkimisväärse inimkapitaliga maa: 94% elanikest väidab, et oskab vähemasti passiivsel tasandil eesti või vene keelt võõrkeelena, 69% saab enda hinnangul (vähemasti osaliselt) aru inglise keelest ning 53% soome keelest (vt tabel 4.1). Need on suhteliselt kõrged näitajad, kuigi tuleb kahtlemata arvestada asjaolu, et inimeste enesehinnang on tõenäoliselt parem tegelikust oskuste-tasemest (enesehinnangu ja reaalse keeleoskuse erinevuse kohta vt nt Vihalemm 1992).

Tabel 4.1 näitab, et 1987. a oskas inglise, saksa või soome keelt kas vabalt või mõnevõrra 32–39% eestlastest. 16 aasta jooksul on inglise ja soome keelt vähemalt minimaalsel (passiivsel) tasemel oskajate arv täiskasvanud eestlaste seas kasvanud ligi kaks korda.

Eesti täiskasvanud venekeelse elanikkonna seas on kõige rohkem suurenenud eesti keele oskus. Võrreldes 1981. aastaga on eesti keelt vähemalt minimaalsel (passiivsel) tasemel oskajate arv suurenenud ligi viis korda. Mõnevõrra vähem (1,6 korda) on suurenenud inglise keelt kasvõi minimaalselt oskajate arv (vt tabel 4.2).

Üldiselt: keeleoskuse kasv näitab märkimisväärset sotsiaalse ruumi avardumist viimase 15 aasta jooksul (vt ka 5. peatükk).

Tabelis 4.3 on esitatud erinevate võõrkeelte oskajate osakaalud peamistes sotsiaal-demograafilistes rühmades.

Kõigepealt vaatleme **eesti/vene keele oskust võõrkeelena.** Tabelist 4.3 nähtub, et eestlased hindavad oma vene keele oskust kõrgemalt kui Eesti venelased oma eesti keele oskust. See võib tuleneda ka asjaolust, et venelastel võib olla rohkem eesti keele testimise võimalusi (kool, ametlikud dokumendid jms), ja nad on seetõttu oma oskuste suhtes kriitilisemad. Rahvusest sõltumata tundub, et meestel on eesti/vene keele kui võõrkeele oskus (nende endi hinnangul) sagedamini aktiivsel tasandil, seevastu naistel sagedamini passiivsel tasandil. Erinevus keeleoskuse tasemes ilmneb ka vanuseti. Kui 15–29-aastaste seas peaaegu pole neid, kes (enda hinnangul) eesti/vene keelt üldse

Tabel 4.1. Täiskasvanud eestlaste keelteoskus 1987 ja 2003

%

	1987			2003			
	Ei oska üldse	Mõnevõrra oskab	Valdab vabalt	Ei oska üldse	Mõnevõrra oskab	Räägib ja kirjutab	Valdab vabalt
Vene keel	12	65	23	3	39	39	19
Inglise keel	61	38	1	28	47	20	5
Soome keel	68	30	2	34	57	7	2
Saksa keel	65	34	1	53	38	8	1
Prantsuse keel	?	?	?	96	4	0	0

Allikas 1987. a kohta: TRÜ ajakirjanduse osakond, küsitlus "Kas loete ajakirju?"

Tabel 4.2. Täiskasvanud venekeelse elanikkonna keelteoskus 1981 ja 2003

%

	1981			2003			
	Ei oska üldse	Mõnevõrra oskab	Valdab vabalt	Ei oska üldse	Mõnevõrra oskab	Räägib ja kirjutab	Valdab vabalt
Eesti keel	58	32	10	12	61	18	9
Inglise keel	80	19	1	49	39	9	3
Soome keel	93	7	0,2	83	16	1	0
Saksa keel	74	25	1	69	29	2	0
Prantsuse keel	96	4	0	96	4	0	0

Allikas 1981. a kohta: TRÜ ajakirjanduse osakond, küsitlus "Ajaleht ja elu"

ei oska, siis suhteliselt parem eesti/vene keele kui võõrkeele oskus tundub olevat hoopis 30–54-aastaste vanuserühmas, kes on ka suutelised aktiivselt suhtlema. Nooremate seas on seevastu levinud passiivne keeleoskus. Suhteliselt selge seos valitseb eesti/vene keele kui võõrkeele oskuse ning haridus- ja sissetulekutaseme vahel – mida kõrgem haridustase või mida kõrgem sissetulek, seda enam on rühmas aktiivse eesti/vene keele oskusega inimesi. Regionaalselt on suurim eesti/vene keele kui võõrkeele oskajate osakaal pealinnas ja väikestes külades.

Tabel 4.3 annab ülevaate ka **inglise keele** (enesehinnangulisest) oskusest. Eestlased hindavad ka oma inglise oskust kõrgemalt kui Eesti venelased. Ligikaudu iga teine noor Eestis peab end võimeliseks inglise keeles suhtlema. Vanemates vanuserühmades on inglise keele oskus märgatavalt tagasihoidlikum. Vaatamata asjaolule, et noored hindavad oma võimeid arvatavasti veidi üle, on vahe eri generatsioonide võõrkeeleoskuses siin siiski märkimisväärne. Inglise keele puhul ilmnevad analoogsed seosed, mis eesti/vene keele kui võõrkeele puhul: meeste inglise keele oskus on parem (aktiivsem); mida kõrgem haridustase või sissetulek, seda laiemalt levinud on ka inglise keele oskus. Pealinnas on inglise keele oskus laialdasem kui külades ja väikelinnades.

Tabel 4.3 pakub ülevaadet ka teiste võõrkeelte oskusest. Üldtendentsina võib välja tuua, et keelteoskus mängib hariduse, põlvkondade, materiaalsete võimaluste ja linna–maa dimensioonis küllalt olulist eristavat rolli.

Tabel 4.4 annab ülevaate võõrkeelte kasutussageduse kohta vastajate endi hinnangul. Näeme, et eesti/vene keele kasutussagedus on vastajate endi hinnangute põhjal küllaltki laialdaselt levinud niihästi venelaste kui ka eestlaste seas. Vaatamata eesti keele kui riigikeele staatusele ja eesti keelt kehtestava poliitika rakendamisele on neid venelasi, kes eesti keelt üldse ei kasuta või seda vaid üksikjuhtudel teevad, veidi üle neljandiku. Eestlaste seas on vene keele kui võõrkeele kasutus suhteliselt sagedane – 2/3 eestlastest kasutab suhtlemiseks, meedia jälgimiseks pidevalt või aeg-ajalt vene keelt.

Kõige suurem on eesti/vene keele aktiivsete kasutajate osakaal keskmises vanuserühmas (30–54). Valdavalt omakeelses enklaavis elab pool vanemaealistest Eesti elanikest (55–74-aastased). Mida kõrgem haridus- ja sissetuleku tase, seda suurem on aktiivsete eesti/vene keeles suhtlejate osakaal. Regionaalselt erinevused väga suured pole, kuigi pealinn–küla liinil on teatav eristumine siingi märgatav.

Tabel 4.3. Väärkeelte oskus rahvarühmades

% Passiivne keeleoskus – saan veidi aru, aga ei räägi + saan aru ja veidi räägin. **Aktiivne keeleoskus** – *saan aru, räägin ja kirjutan + vabalt.*

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus			Haridus			Sissetulek			Asulatüüp					
		Eesti	Vene	Mees	Naine	15–29	30–54	55–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Kuni 2000	2001–5000	Üle 5001	Pea-linn	Suur linn	Maa-konna-keskus	Muu linn, alev	Alevik	Küla
Vene/eesti keel (eestlastelt küsiti vene keele oskuse ja Eesti venelastelt eesti keele oskuse kohta)																				
Üldse ei oska	6	3**	13**	7*	5*	5**	5**	8**	11**	5**	3**	8**	4**	2**	5**	14**	3**	6**	3**	3**
Passiivne	45	38**	59**	41*	48*	56**	39**	44**	53**	48**	31**	50**	42**	31**	44**	50**	44**	53**	44**	39**
Aktiivne	49	59**	29**	52*	46*	40**	56**	48**	36**	47**	66**	42**	53**	66**	50**	37**	53**	41**	53**	59**
Inglise keel																				
Üldse ei oska	31	25**	44**	28*	34*	7**	30**	60**	44**	32**	16**	41**	25**	7**	26**	40**	32**	31**	26**	34**
Passiivne	48	50**	44**	49*	47*	44**	58**	34**	34**	51**	53**	44**	52**	47**	44**	44**	48**	56**	54**	51**
Aktiivne	21	25**	12**	23*	19*	49**	12**	5**	22**	17**	31**	15**	22**	46**	31**	16**	20**	13**	20**	15**
Soome keel																				
Üldse ei oska	48	31**	83**	43**	51**	43**	45**	57**	60**	47**	34**	57**	41**	22**	42**	65**	42**	63**	34**	41**
Passiivne	46	59**	17**	49**	43**	51**	48**	36**	36**	46**	55**	39**	50**	65**	47**	31**	53**	36**	57**	53**
Aktiivne	7	10**	0**	8**	6**	6**	7**	7**	3**	7**	11**	4**	9**	14**	11**	3**	5**	2**	9**	5**
Saksa keel																				
Üldse ei oska	56	51**	68**	53	60	48**	60**	58**	61**	57**	49**	58**	58**	41**	58**	61**	51**	67**	52**	48**
Passiivne	37	40**	30**	40	34	40**	35**	36**	32**	37**	40**	36**	35**	46**	35**	33**	40**	30**	38**	45**
Aktiivne	7	9**	2**	7	6	12**	4**	5**	7**	5**	11**	6**	7**	13**	7**	6**	9**	2**	11**	7**
Prantsuse keel																				
Üldse ei oska	96	95	97	96	95	93*	97*	97*	96**	97**	90**	97**	96**	89**	93*	97*	96*	95*	96*	98*
Passiivne	4	5	3	3	5	7*	3*	3*	3**	2**	9**	3**	4**	10**	6*	3*	4*	5*	4*	2*
Aktiivne	0	0	0	1	0	1*	0*	0*	0**	0**	1**	0**	1**	1**	1*	0*	0*	0*	0*	0*
Rootsi keel																				
Üldse ei oska	96	94	99	94	97	93	96	97	98**	96**	91**	97**	95**	86**	95	95	95	97	94	97
Passiivne	3	5	0	4	3	6	3	2	2**	3**	6**	3**	3**	9**	4	4	4	2	5	2
Aktiivne	1	1	0	2	0	1	1	1	0**	1**	3**	0**	2**	4**	1	1	1	1	1	1

** Võrreldavad rühmad erinevad üksteisest olulisuse nivool $p \leq 0{,}01$.
* Võrreldavad rühmad erinevad üksteisest olulisuse nivool $p \leq 0{,}05$.

Tabel 4.4. Võõrkeelte kasutus rahvarühmades

%

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus			Haridus			Sissetulek			Asulatüüp					
		Eesti	Vene	Mees	Naine	15–29	30–54	55–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Kuni 2000	2001–5000	Üle 5001	Pea-linn	Suur linn	Maa-konna-keskus	Muu linn, alev	Alevik	Küla
Vene/eesti keel (eestlastelt küsiti vene keele kasutuse ja Eesti venelastelt eesti keele kasutuse kohta)																				
Pidevalt, aeg-ajalt	66	63	73	68	65	68	74	51	55	67	78	61	71	79	75	64	65	69	69	52
Üksikjuhtudel, üldse mitte	34	37	27	32	35	32	26	49	45	33	22	39	29	21	25	36	35	31	31	48
Inglise keel																				
Pidevalt, aeg-ajalt	42	43	40	46	39	70	40	15	34	39	58	34	45	69	55	36	39	45	41	28
Üksikjuhtudel, üldse mitte	58	57	60	54	61	30	60	85	66	61	42	66	55	31	45	64	61	55	59	72
Soome keel																				
Pidevalt, aeg-ajalt	18	24	6	21	16	17	22	15	11	19	26	12	23	34	28	10	20	10	22	12
Üksikjuhtudel, üldse mitte	81	76	94	79	84	83	78	85	89	81	74	88	77	66	72	90	80	90	78	88
Saksa keel																				
Pidevalt, aeg-ajalt	12	13	9	14	9	17	10	8	13	10	14	10	11	23	12	10	13	8	16	11
Üksikjuhtudel, üldse mitte	88	87	91	86	91	83	90	92	88	90	86	90	89	77	88	90	87	92	84	89
Prantsuse keel																				
Pidevalt, aeg-ajalt	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	1	3	2	2	2	1	2	2
Üksikjuhtudel, üldse mitte	98	99	98	99	98	98	98	99	98	99	97	98	99	97	98	98	98	99	98	98
Rootsi keel																				
Pidevalt, aeg-ajalt	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	5	2	3	4	2	2	3	2	3	4
Üksikjuhtudel, üldse mitte	97	97	98	97	97	98	97	98	97	98	95	98	97	96	98	98	97	98	97	96
Muu																				
Pidevalt, aeg-ajalt	10	8	13	11	11	15	10	8	10	11	10	11	11	9	11	8	13	15	11	8
Üksikjuhtudel, üldse mitte	89	92	87	89	89	85	90	92	90	89	90	89	89	91	89	92	88	85	89	93

Tabel 4.5. Seosed võõrkeelte oskuse ning nende reaalse kasutamise vahel

Spearmani korrelatsiooni koefitsiendid

	Kõik	Keel		Vanus		
		Eesti	Vene	15–29	30–54	55–74
Vene / eesti keel	0,40	0,48	0,56	0,51	0,26	0,49
Inglise keel	0,71	0,72	0,71	0,56	0,61	0,71
Soome keel	0,66	0,67	0,58	0,60	0,67	0,68
Saksa keel	0,57	0,61	0,55	0,65	0,50	0,56
Prantsuse keel	0,48	0,47	0,41	0,48	0,52	0,40
Rootsi keel	0,43	0,50	0,29	0,41	0,54	0,46

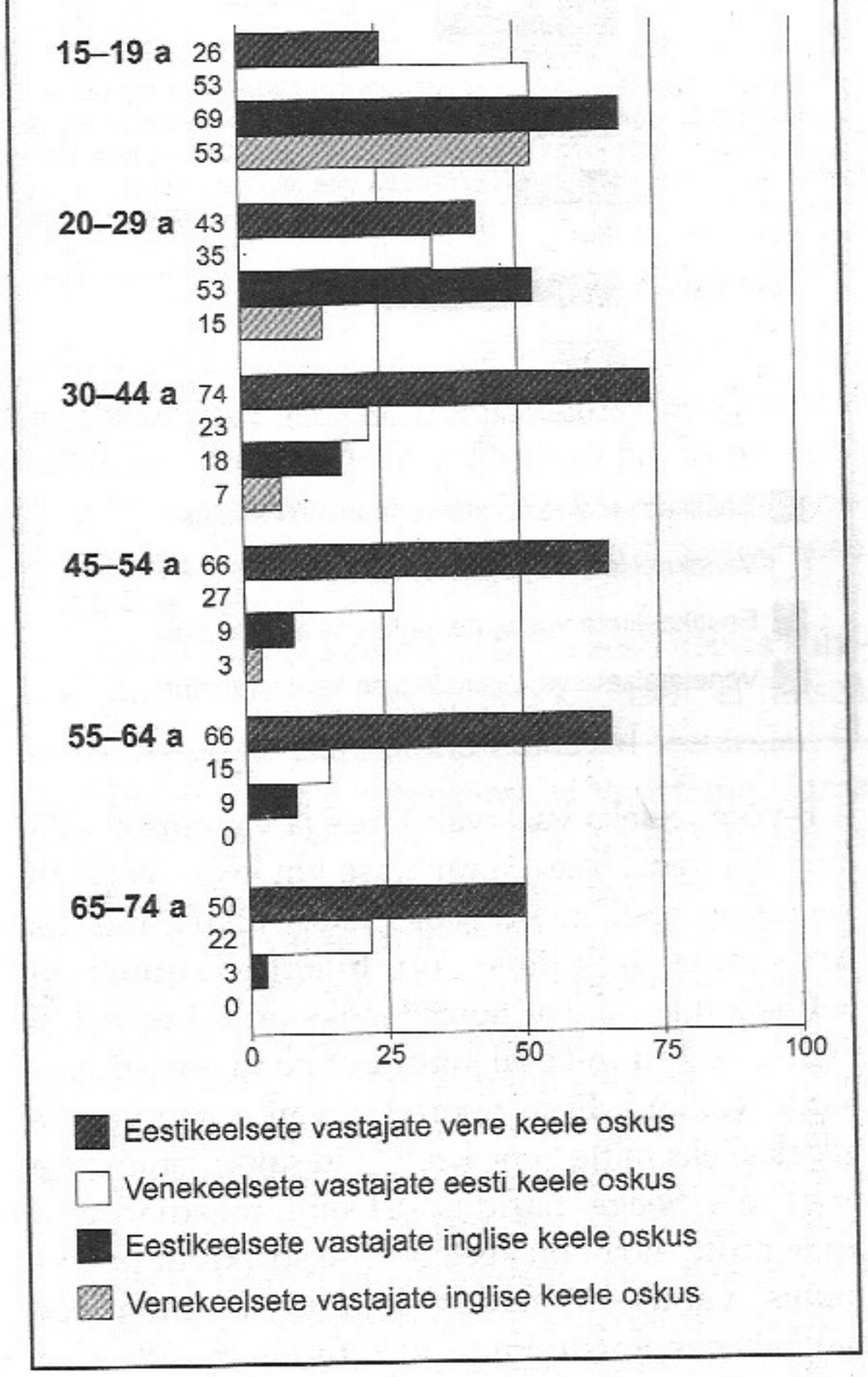
Inglise keele kasutus on Eestis samuti küllalt aktiivne – veidi alla poole elanikest väidab, et kasutab inglise keelt pidevalt või aeg-ajalt. Siingi on suur erinevus vanuserühmiti – nooremad (15–29-aastased) inimesed kasutavad inglise keelt märgatavalt sagedamini. Samuti kasutatakse inglise keelt laialdasemalt kõrgharidusega ja kõrgema sissetulekuga rühmades. Rahvuseti erinevust inglise keele kasutamises pole.

Seos võõrkeele oskuse ja kasutamise vahel on välja toodud korrelatsioonanalüüsi põhjal koostatud tabelis 4.5. Kõik seosed on statistiliselt olulised, kuid tugevam seos (r = 0,6–0,7) on inglise, soome ja saksa keele oskuse ning kasutamise vahel. Samas vene/eesti keele oskus ja kasutus on omavahel nõrgemini seotud (r = 0,4). Viimase suhteliselt madalam väärtus võrreldes teiste korrelatsioonidega viitab faktile, et vaatamata keeleoskusele on selle suhteline kasutusaktiivsus madalam. Seda fakti on raske üheselt tõlgendada. Oma osa võib mängida ankeedivastuste psühholoogia – kuna eesti keelt peab oskama ja seda kontrollitakse keeleeksamitel, siis mööndakse selle oskust suhteliselt kergemini. Samuti oli minevikus kohustus osata vene keelt. Samas ei pruugi võõrkeele kasutamiseks olla soovi või võimalust (nt Ida-Virumaal eesti keele või Hiiumaal vene keele kasutamiseks).

Kõige väiksem suhtlemiskogemus eesti või venekeelse reaalse oskuse korral on vanusegrupil 55–74 aastat, st põlvkonnal, kes oli kohustatud vene või eesti keelt õppima, kuid kel samas ei pruugi olla huvi või vajadust seda kasutada. Noorima ja vanima vanuserühmas on huvi/vajadus eesti/vene keelt kasutada keeleoskusega tugevamini ja "loomulikumalt" seotud.

Samuti viiteid Eesti keelekeskkonna võimalikule muutumise kohta tulevikus, oleme eraldi analüüsinud eestlaste ja Eesti venekeelse elanikkonna võõrkeelte oskust, eristades teiste seas noorima vanuserühma (15–19), kes on koolis käinud peale Eesti taasiseseisvumist. Tulemused on esitatud joonistel 4.1 ja 4.2.

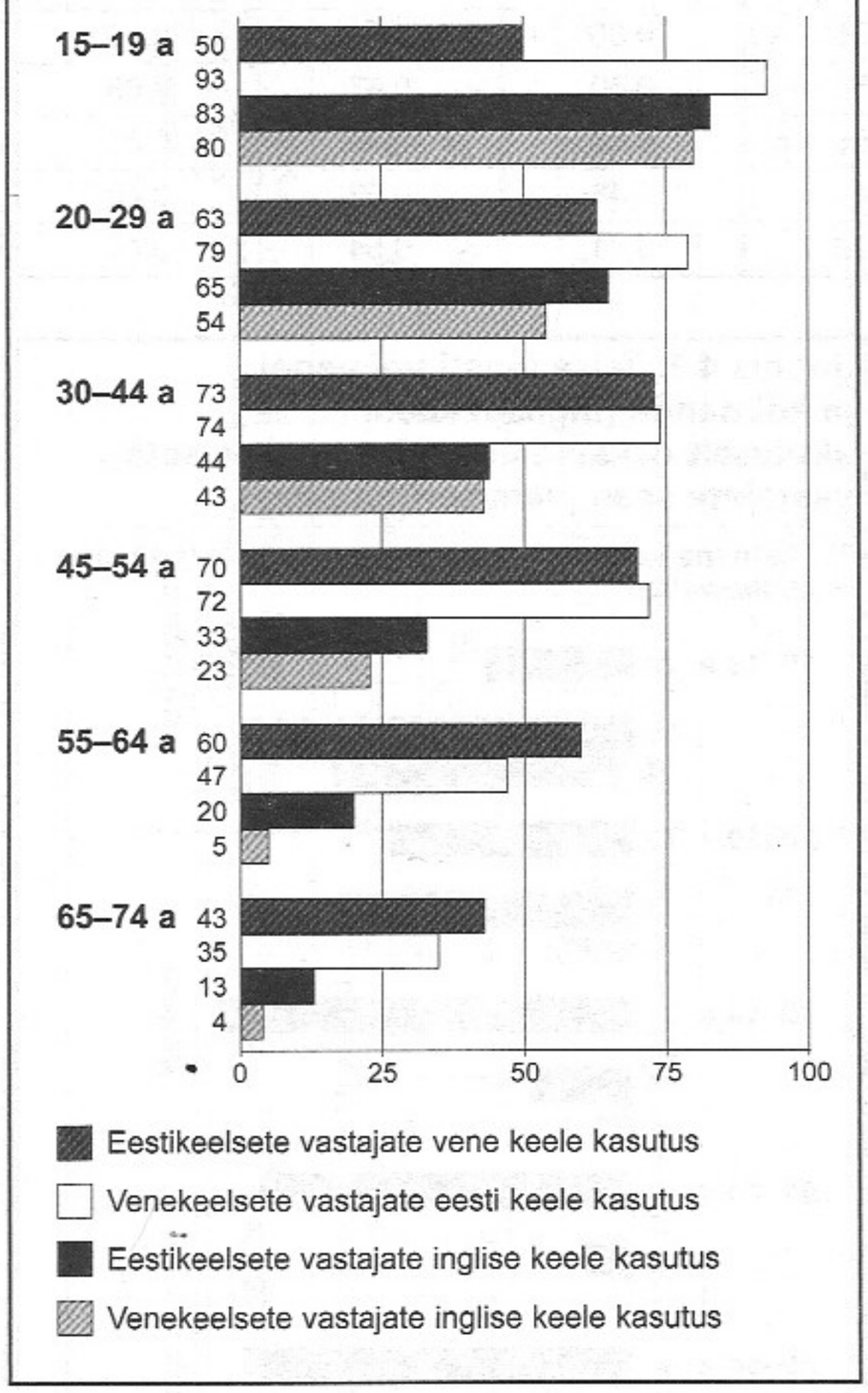
Joonis 4.1. Teise (eesti või vene) ja kolmanda (inglise) keele aktiivselt oskajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades)



Jooniselt 4.1 näeme, et 15–19-aastaste vene noorte hulgas on inglise ja eesti keelt aktiivselt oskajaid ühepalju (53%). Samal ajal on eesti noorte hulgas vene keelt aktiivselt oskajaid kaks korda vähem (26%). Vene koolis on A-võõrkeeleks reeglina eesti keel ja B-võõrkeeleks enamikul juhtudest inglise (harva ka prantsuse või saksa) keel ning eesti koolides A-võõrkeeleks reeglina inglise keel

Joonis 4.2. Teise (eesti või vene) ja kolmanda (inglise) keele kasutajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades)

%. **Keele kasutamine** – kasutanud viimase kuu jooksul suheldes ja meediat tarbides



ja B-võõrkeeleks vastavalt lapse ja vanemate valikule kas vene, saksa, prantsuse vm keel. Seega on vene keel eesti noorte jaoks üks valikuvõimalus. Arvestades tingimusi, on tulemus suhteliselt ootuspärane – vene noorte jaoks on nii eesti kui inglise keel suurel osal juhtudest nö tugevasti suunatud valikud. Eesti noored ei vali sageli teiseks võõrkeeleks mitte vene keelt vaid saksa, prantsuse vm keele. Seega, haridussüsteemi, meediaruumi jm tegurite mõjul on keeleoskuse struktuur nooremates vanuserühmades muutumas ning see hakkab generatsioonide vahetudes muutma ka võõrkeelte kasutuse struktuuri Eestis üldiselt.

Jooniselt 4.2 näeme, et kuu aja jooksul oli 15–19-aastaste eestlaste hulgas tunduvalt rohkem inglise keele kui vene keele kasutajaid, 20–29-aastaste seas oli neid ligikaudu võrdselt ja vanemate eestlaste hulgas olid vene keele kasutajad selges ülekaalus. Kuni 54-aastastest venelastest väidab ligi kolmveerand, et on kuu jooksul kasutanud eesti keelt. Vanemates earühmades on eesti keele kasutus harvem. Tähelepanuväärne on asjaolu, et 80% 15–19-aastastest vene noortest oli viimasel kuul kasutanud peaaegu võrdselt nii eesti kui inglise keelt.

Eesti noorte hulgas on teiseks keeleks kujunenud vene keele asemel inglise keel. Vene noorem põlvkond suudab sisuliselt suhelda kolmes keeles, mistõttu neil on tegelikult rohkem valikuvõimalusi. Kuidas nad tõlgendavad olukorda, kus neil on valida suhtluseks eestlastega enamasti kahe võõrkeele (eesti ja inglise keele) vahel? Nende emakeel ühe suhtlusvahendina eesti eakaaslastega paljudel juhtudel arvesse ei tule. Teatud määral sõltub nende valikutest, kas eestlaste ja venelaste omavahelise suhtluse keeleks Eestis kujuneb eesti või inglise keel. Vaatamata asjaolule, et keeleoskus justkui paraneb pidevalt, muutub oluliseks just küsimus eesti keele sotsiaalsest väärtusest (noorte) venelaste silmis. Tuleviku keelekeskkonna kujundavad mitte üksnes objektiivsed oskused, vaid ka soov neid rakendada.

Suhtluskeele valik mitme alternatiivi olemasolu korral sõltub uurijate andmetel kõige rohkem partnerist (partneri sotsiaalne roll antud situatsioonis, keeleoskus jne), vähem määravad keelevalikut vestluse teema jt tegurid (vt nt Segalowitz 1977; Taylor 1977; Bourhis 1979). Seetõttu on asjakohane küsida, kui suurel määral ja kellega (millistes suhtlussfäärides) on nooremad venelased eestlastega eesti keelt rääkinud.

Meie kasutada on võrreldavad andmed 1997. a, 1999. a ja 2003. a alguse kohta. Teatud mõiste võib tulemusi mõjutada asjaolu, et 2003. a uuringus esitati kõigepealt filterküsimus: *Kas te olete viimase kuu jooksul kasutanud (kasvõi põgusalt) mingit muud keelt peale oma emakeele?* Edasi paluti meenutada konkreetseid partnereid vaid neil, kes andsid küsimusele jaatavalt vastasid. 1997. ja 1999. a küsiti ilma sissejuhatava küsimuseta kõigilt: *Kellega suheldes olete viimase kuu jooksul eesti keelt kasutanud?* Arvame, et konkreetsete võimalike partnerite mainimine ja üldküsimus keele kasutuse kohta mõjutavad meenutamise protsessi erinevalt. Üldise küsimuse puhul võib võõrkeelseid kontakte meenuda vähem kui konkreetsete partnerite või suhtlussituatsioonide meenutamisel. Siiski peame tulemusi võrreldavateks, kuivõrd need kajastavad meie arvates suures osas üldisemaid hoiakuid elustiile.

Arvestame andmete tõlgendamisel asjaolu, et enda käitumist meenutavad vastused pole mõne olemuselt kuigivõrd täpsed, kajastades pigem mõnesid ettekujutusi (nt soovitud käitumisi, mõnesid sioonni sotsiaalsetele normidele-väärtustele jne). Seega vastused küsimusele eesti keele kasutuse kohta eri sfäärides kajastavad ühelt poolt kindlam-

Tabel 4.6. Eesti keele kasutamine suhtlemisel eestlastega

15–40-aastased venekeelsed linnaelanikud; %

Kasutanud viimase kuu jooksul eesti keelt, suheldes ...	1997		1999		2003	
	Koguvalim	Tallinn	Koguvalim	Tallinn	Kogu alavalim	Tallinn
... sõprade-tuttavatega	20	22	34	41	34	47
... õpetajatega koolis	19	21	29	33	19	28
... müüja, teenindajaga	35	42	50	69	37	53
... võõraga bussis, tänaval, poes	23	29	34	51	38	53
... ametnikuga riigiasutuses	15	18	25	39	21	24
... tööl ülemusega	15	16	21	32	18	26
... tööl klientidega	21	31	25	37	26	41
... töökaaslastega (kooli- või kursusekaaslastega)	12	13	25	37	23	31
... naabritega	15	16	28	38	22	29
... diskol, kontserdil, baaris	7	12	14	21	22	28
... harrastustegevuses, trennis	3	4	13	19	11	19
... ühingutes	?	?	11	15	17	13

Allikad: 1997. a VERA projekti raames läbiviidud küsitlus *Vene noored Eestis*, mille valim moodustati territoriaalselt proportsionaalse juhuvaliku alusel 15–40-aastastest Tallinna, Kohtla-Järve, Jõhvi, Narva, Tartu, Haapsalu ja Valga elanikest, kes emakeelena kasutasid vene keelt (N = 398). 1999. a küsitluse andmed pärinevad sama projekti raames läbiviidud korduskü sitlusest samadel valimi moodustamise põhimõtetel (N = 402). 2003. a andmed põhinevad küsitluse *Mina. Maailm. Meedia* koguvalimist eraldatud alavalimil, mis haaras 15–40-aastasi venekeelse ankeedi täitnud inimesi elukohaga Tallinnas, Kohtla-Järvel, Jõhvis, Narvas, Tartus, Haapsalus ja Valgas (N = 218).

...ilisi objektiivseid suhetevõrgustikku (nt kuivõrd ...-eluaadi üldse kuulub osalus huvitegevuses või klubides-diskodel käimine), teisalt ka eesti ...keele sotsiaalse tähenduse muutumist (ettekujutused erinevate sotsiaalsete rollidega sobivast keelevalikust).

Tabel 4.6 annab ülevaate sellest, kuidas on muutunud eesti keele sotsiaalne tähendus läbi keelevaliku erinevates sotsiaalsetes rollides 15–40-aastase venekeelsete linnaelanike seas viimase kuue aasta jooksul – 1997–2003. Eraldi oleme välja toonud Tallinna kui keskkonna, kus inglise keel jt võõrkeeled tõdist keelelist ruumi ehk enim mõjutavad.

Tabelist 4.6 näeme, et 15–40-aastaste venelaste ...-eestikeelne suhtlus (eestlastest) sõpradetuttavatega alates 1997. a laienenud, eriti on see ...-ruumis märgatav Tallinnas. Seega väidame, et ...-eestlastevahelise suhete loomisel ja hoidmisel on nooremate venelaste seas väärtustatud ...-oskused tunduvalt kahandavat ka võõrkeelte mõjutegurite sotsiaalse kapitali kogumise vahendina nooremate venelaste seas ilmselt oluline.

Tabel 4.6 näitab tendentsi, et olukordades, kus ...-vestlusteemid pole oma sotsiaalselt positsioonilt ...-ilised (nt õpetaja–õpilane, ülemus–alluv, ametiasutustega a kus eestlasest partner on otseselt ...-ilisemast võimu omavas rollis, on eesti keele valik omavahelises suhtluses mõnevõrra ...-stumuslikust kantarud. Näiteks õpetajatega koolis on eesti keele kasutus võrreldes 1999. aastaga kahanenud (-10%). See tendents oleks raskesti seletatav objektiivsete tingimustega, kuna vene koolid pööravad järjest suuremat tähelepanu eesti keele õppele ja taotlevad ka muude ainete eesti keeles õpetamist.

Ka müüjaga, teenindajaga on eesti keeles suhtlemine kahanenud. See näitab kaudselt, et ilmselt on venekeelne elanikkond hakanud teenindamissituatsiooni teisiti mõtestama ja tähistama. Sama protsess tundub toimivat ka ametiasutustega seonduva suhtluse puhul – siingi on eesti keele kasutus pigem vähenenud. Põhjuseks võib olla teenindajate varasemast varmam üleminek vene keelele või ka teatud omakeelsete teeninduspiirkondade väljakujunemine linnarajoonides. Igal juhul näitab see olmesfääri teatavat "devalveerumist" keele praktiseerimise kohana võrreldes 1990. aastate algusega (vt nt Vihalemm 1998, 2002a). Väidame, et see tendents näitab teatud määral eesti keele sümbolilise väärtuse langust ja n-ö tarbijateadvuse tõusu nooremate venelaste seas (kliendiga räägitagu talle mugavamas keeles).

Eesti keele kasutamine suhtluses võõraga bussis, tänaval, poes on vaadeldud perioodi erinevates ajavahemikes küll erinevalt muutunud, kuid lõppkokkuvõttes ei näita tõusutrendi. Neis sfäärides pole suhtlussituatsioon enamasti rituaalne, võimusuhteid mudeldav, vaid hõlmab küsimist jm hädapärast infovahetust, kus on oluline aru

Tabel 4.7. Kahe olulisema võõrkeele kasutamine eesti- ja venekeelsete vastajate seas

%. Eestikeelsetelt vastajatelt küsiti vene keele kasutuse ja venekeelsetelt vastajatelt eesti keele kasutuse kohta

Kasutanud võõrkeelt viimase kuu jooksul	Eesti / vene keel			Muu võõrkeel (inglise, saksa, soome vm)		
	Eesti vastajad	Vene vastajad	Koguvalim	Eesti vastajad	Vene vastajad	Koguvalim
Reklaame, silte, tarbetekste lugedes	21	37	26	33	20	28
Müüja, teenindajaga	16	29	20	3	2	3
Võõraga bussis, tänaval, poes	32	31	32	9	6	8
Ametnikuga riigiasutuses	8	18	11	3	2	3
Ajalehti-ajakirju lugedes	11	24	16	16	9	14
Telerit vaadates	32	27	30	34	14	27
Raadiot kuulates	11	22	15	14	7	12
Vesteldes sõprade-tuttavatega	37	29	35	16	10	14
Kirjavahetuse teel (k.a e-kirjad) suheldes	10	11	10	19	11	16
Arvutiga töötades, mängides	7	10	8	30	20	27
Internetis: foorumidel, jututubades	4	9	6	19	13	17
Õpetajatega koolis	6	12	8	10	6	9
Tööl ülemusega	3	16	7	4	2	3
Tööl klientidega	23	21	23	13	7	11
Töökaaslastega (kooli- või kursusekaaslastega)	17	19	18	6	4	5
Naabritega	20	19	20	2	3	3
Diskol, kontserdil, baaris	9	13	10	9	6	8
Harrastustegevuses, trennis	4	8	5	3	3	3
Ühingutes	4	9	6	4	3	4
Raamatut lugedes	8	8	8	12	8	11

saada ja olla ise arusaadav. Eesti keele kasutamine suheldes tööl klientidega on väikese tõusutendentsiga. Kui valdavalt olmesfääri puudutav eestikeelne suhtlemine naabritega tundub tähendust mõnevõrra minetavat, siis meelelahutuslik suhtlus klubides, diskol, kontserdil on nooremate venelaste tunnetuse kohaselt tähtsustunud.

2003. a küsitlus kajastas ka võõrkeele võimalikku kasutust veidi laiemalt, haarates sellised olulised sfäärid nagu massimeedia, tarbimissfääri (reklaamid, sildid jms) ning arvuti ja Interneti loodud virtuaalkeskkonna. Uuriti mitte üksnes venelaste eesti keele kasutust, vaid kahe olulisema võõrkeele – vene/eesti ja inglise keele – kasutust eestlaste ja venekeelse elanikkonna seas. Tulemustest annab ülevaate tabel 4.7.

Selgub, et eestlased on mõnevõrra enam kasutanud nii vene kui ka muud võõrkeelt (peamiselt ilmselt inglise keelt) sõprade-tuttavatega vesteldes. Muu võõrkeele kasutamist märkisid eestlased sagedamini kirjavahetuse, välisturistidega ning tööl klientidega suhtlemise ning erinevate (elektrooniliste) meediakanalite jälgimise korral.

Venekeelne elanikkond on eesti keelt kasutanud mõnevõrra sagedamini tööl, olmesfääris (kauplused, pangad, riigiametid), meelelahutussfääris (baaris, diskol jne) suheldes, samuti meediat jälgides.

Reklaame, silte, tarbetekste lugedes on eesti/vene keele kui võõrkeele kasutus võrreldes inglise vm võõrkeelega peaaegu võrdne. Seega inimese tunnetuses on tarbimismaailm selgelt mitmekeelne, kusjuures n-ö kohalik võõrkeel ei domineeri. Sama võib öelda ka telemaailma kohta – kolmandiku eestlaste teleruumis valitsevad mitmest vene kui inglise vm võõrkeel üsna võrdselt. Venelaste teleruum on siiski sagedamini pigem eesti kui inglisekeelne. Pressi ja raadio jälgimise praktikad on keeleliselt vähem kirevad, kuid võõrkeeli kasutatakse vähesel määral siingi.

Arvutite ja Interneti kasutuskeeltest annab tunnistust sema ülevaate tabel 4.8. Andmetest nähtub, et kasutatakse valdavalt inglisekeelseid arvutiprogramme ja -menüüsid, kusjuures selge tendents inglisekeelsete programmide suurema kasutuse suunas avaldub nooremates vanuserühmades. Rahvuseti erinevust inglisekeelsete programmide

Tabel 4.8. Arvuti ja Internetiga seotud keelekasutus (keele- ja vanuserühmades)

Vastavat keelt kasutanute osakaal (%) kõigist arvutikasutajatest vanuses 15–74; N = 711

	Kõik arvutika-sutajad	Keel		Vanus					
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74
Arvuti enda menüüde, juhiste lugemine									
Eesti keel	43	46	35	45	39	41	44	53	53
Vene keel	23	8	58	27	23	20	27	25	7
Inglise keel	67	69	62	79	78	65	52	41	46
Saksa keel	3	3	2	4	3	1	3	4	0
Internetis info otsimine ja teenuste kasutamine									
Eesti keel	68	75	52	71	74	69	61	51	53
Vene keel	29	10	75	37	29	30	28	19	0
Inglise keel	50	51	46	69	61	45	27	32	23
Saksa keel	6	7	2	9	5	4	5	9	0
E-post, suhtlemine foorumites, jututubades									
Eesti keel	59	73	29	70	67	54	48	60	40
Vene keel	22	4	64	30	25	24	16	5	0
Inglise keel	33	31	35	42	50	26	13	17	17
Saksa keel	3	4	2	9	2	1	2	4	0

kasutuse osas pole. Inglise keel on aktiivselt kasutusel ka Internetist info otsimisel ja Internetis suhtlemisel. Kui Internetist inglisekeelse info otsimine sageneb vanuse noorenedes järk-järgult, siis Internetis suhtlevad inglise keeles peamiselt kaks nooremat vanuserühma: 15–19- ja 20–29-aastased.

Emakeelseid arvutiprogramme on sagedamini kasutanud venekeelsed arvutikasutajad. Eestlased otsivad Internetist infot ja suhtlevad eeskätt eesti keeles, kuid igal teisel-kolmandal juhul ka inglise keeles. Venekeelsete arvutikasutajate jaoks on oluline kolm keelt, kõige sagedamini kasutatakse vene keelt nii Internetist infot otsides kui ise suheldes. Infot otsides kasutab venekeelne arvutikasutaja samavõrra nii inglise kui eesti keelt, samas Internetis suheldes kasutatakse inglise keelt sagedamini kui eesti keelt (tabel 4.8).

Üldiselt on osalus tarbimis- ja meediakultuuris Eesti elanike praktikates üsna sagedasti mitmekeelne. Eesti/vene keele sotsiaalne tähendus võõrkeelena konkureerib tugevasti inglise jt võõrkeelega.

Ühis- ja teenindussfääris on eesti keele sotsiaalne väärtus mõnevõrra kõrgem kui vene keele oma. Isegi Nõukogude ajal seda sfääri valitsenud vene keel (st kliendi lülitumine teenindaja keelele võimaluse puudumiku keeleoskuse tõttu) pole täielikult nimetunud. Ametiasutustes on mainitud võimalusi aga peaaegu kadunud – eestlased räägivad siin vene keelt väga üksikutel juhtudel.

Eestlaste ja venelaste vaheliste töö-, harrastus-, meelelahutus- ja olmesfääri kontaktide puhul valitakse valdavalt ilmselt n-ö ratsionaalselt, arvestades partnerite keeleoskust – mõlema keele kasutussagedus on nendes sfäärides sarnane.

Üldiselt on Eesti keeleruum muutunud sisuliselt kolmkeelseks – televisiooni, Interneti, tarbimiskultuuri kaudu on lisandunud inglise keel. Eesti keele sotsiaalne tähendus on Eesti siirdeperioodi teisel kümnendil mõnevõrra muutunud. Seda nähakse rakenduvat sotsiaalsetes rollides, kus mõlemad partnerid on võrdsed, sõltumata sellest, kas nad suhtlevad privaatsfääris (sõbrad), avalikus sfääris (klubid, tänav, buss) või professionaalses sfääris (töö klientidega). Samas hakkab noorem venekeelne generatsioon tõenäoliselt selgemini teadvustama oma valikuvõimalusi ja vabadust kasutada suhtluses muud keelt peale eesti keele. Sellest tulenevalt võivad venelased hakata n-ö ümber vaatama oma seniseid käitumisstrateegiaid nt teenidus- ja olmesfääris.

Eesti ja vene keele kui võõrkeelte kasutuse sügavamaks analüüsiks oleme moodustanud keelekasutuse sageduse alusel rühmad. Järgnevalt vaatleme nende sotsiaal-demograafilisi ja eneseidentifikatsiooni eripärasid.

4. Keelekasutuse rühmade iseloomustus

Edasiseks analüüsiks moodustasime võõrkeele erinevates situatsioonides kasutamise sageduse alusel klastrid. Keskendusime eesti/ vene keelele, kuna eelnevast analüüsist ilmnesid selged statistilised erinevused rühmade vahel. K-keskmiste meetodil eristasime kolm klastrit (tabel 4.9).

Tabel 4.9. Keelekasutuse klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

	I klaster: Teises keeles mittesuhtlejad	**II klaster:** Suhtlevad teises keeles üksikutes sfäärides	**III klaster:** Suhtlevad teises keeles paljudes sfäärides	**Koguvalim**
N	884	435	151	1470
Keel				
Eesti	65	77	38	66
Vene	35	23	62	34
Vanus				
15–29	27	27	41	28
30–54	41	50	50	45
55–74	32	23	9	27
Haridus				
Põhi	27	18	11	23
Kesk	57	54	60	56
Kõrg	16	28	29	21
Sissetulek pereliikme kohta				
Kuni 1500 krooni	37	30	27	34
1501–4000 krooni	50	49	48	49
Üle 4000 krooni	13	21	25	17
Inglise keele kasutamine				
Pidevalt, igapäevaselt	13	17,5	24	15
Aeg-ajalt	22	32,5	36	27
Üksikjuhtudel	15	23	18	18
Ei kasuta üldse	50	27	22	40

• **Esimene klaster**, mille me nimetasime eesti/vene keeles mittesuhtlejateks, sisaldab 60% vastajatest, kes ei kasuta eesti/vene keelt ei meediat tarbides, tuttavate-sõpradega suheldes ega ka töösfääris. Nende sotsiaal-demograafiline profiil vastab Eesti keskmisele. Võrreldes teiste keelekasutuse rühmadega on antud rühm aga keskeltläbi vanem ja madalama haridus- ja sissetulekutasemega. Muu võõrkeele kasutus on, tuginedes inglise keele näitele, keskmisel tasemel.

• **Teine klaster** haarab 30% elanikest, kes suhtlevad teises keeles vaid üksikutes sfäärides, st lähiringkonnaga (sõprade, tuttavatega) suheldes, juhuslikel kokkupuudetel (bussis, tänaval) või telerit vaadates. Rühma iseloomustab sotsiaal-demograafiliselt eestlaste keskmisest suurem osakaal ja vanema generatsiooni (55–74-aastaste) väiksem osakaal. Haridus- ja sissetulekutase on rühmas keskmisest kõrgem. Nad kasutavad ka inglise keelt keskmisest sagedamini.

• **Kolmas klaster** moodustub teises keeles mitmekesiselt suhtlejatest, kes kasutavad eesti/vene keelt mitteformaalses sfääris (sõprade-tuttavatega, diskol, naabritega), meediat jälgides (Internetis, ajalehti-ajakirju lugedes, telerit vaadates, raadiot kuulates), formaalses sfääris (turistidega, väliskülalistega, bussis, õpetajaga, müüjaga, pangaametniku vm teenindajaga) vms. Aktiivseim grupp on kõige väiksem, moodustades 10% vastajatest. Rühma iseloomustab sotsiaal-demograafiliselt vene emakeelega inimeste keskmisest suurem osakaal. Rühm on keskmisest märgatavalt noorem. Sarnaselt eelneva rühmaga on haridus- ja sissetulekutase rühmas keskmisest kõrgem. Nad kasutavad ka inglise keelt keskmisest sagedamini.

Rahvusrühmade siseselt jagunevad vastajad keelekasutuse rühmadesse järgmiselt.

Venekeelse elanikkonna seas:
- 62% ei ole kuu aja jooksul eesti keeles üldse mõnelnud;
- 21% on kuu aja jooksul eesti keeles suhelnud üksikutes sfäärides;
- 19% on kuu aja jooksul eesti keeles suhelnud paljudes eri sfäärides.

Eestlaste seas:
- 59% ei ole kuu aja jooksul vene keeles üldse mõnelnud;
- 35% on kuu aja jooksul vene keeles suhelnud üksikutes sfäärides;
- 6% on kuu aja jooksul vene keeles suhelnud paljudes eri sfäärides.

Seega suur osa nii eestlastest kui venekeelsest elanikkonnast, vaatamata keeleoskusele, eesti/vene keeles kui võõrkeeles ei suhtle. Eestlaste seas on mõnevõrra levinum vene keele kasutamine üksikutes sfäärides. Venekeelse elanikkonna seas

Tabel 4.10. Keelekasutuse rühmade (klastrite) sotsiaalne identiteet

% rühmast.
Tabelis on esitatud ainult olulised erinevused Eesti keskmisest keelekasutuse rühmade eneseidentifikatsioonis

Kelle puhul te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust nii, et võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna "meie"?	**I klaster:** Teises keeles mittesuhtlejad	**II klaster:** Suhtlevad teises keeles üksikutes sfäärides	**III klaster:** Suhtlevad teises keeles paljudes sfäärides	**Kogu-valim**
N	884	435	151	1470
Töökaaslased, kolleegid	53*	71*	59	59
Inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad	14	15	23*	15
Edukad inimesed	14	12	24*	14
Oma linna, valla, maakoha elanikud	29*	36	34	32
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	30	29	45*	31
Põhjamaalased	22	29*	18*	24
Inimkond	26	28	37*	28

*Võrreldavad rühmad erinevad üksteisest olulisuse nivool $p \leq 0,05$.

laiem ja laiem (heterogeensem) eestikeelne suhtlusväli peaaegu võrdselt esindatud.

Kuivõrd võib keelekasutus mõjutata inimese enesepositsioneeringut Eesti ühiskonnas? Tabelis 4.10 on toodud olulisemad erinevused Eesti keskmisest keelekasutuse rühmade kollektiivses eneseidentifitseerimises.

– I klaster: **eesti/vene keeles mittesuhtlejate rühmale** on iseloomulik keskmisest ja teistest rühmadest veidi harvemini esinev meie-tunne töökaaslastega. Arvestades vanemaealiste suuremat osakaalu rühmas, on see küllaltki loogiline ega ole tõenäoliselt seotud keelelise kogemusega. Samuti iseloomustab rühma keskmisest ja teistest rühmadest harvemini esinev ühtekuuluvustunne oma linna, valla või maakoha elanikega.

– II klaster: **inimesed, kes suhtlevad eesti/vene keeles üksikutes sfäärides**, tunnetavad sagedamini ühtekuuluvust töökaaslaste, õpingukaaslaste ja sõpradega. Seega on rühmas tugevam nn lähimgi identiteet (vt 3. peatükk). Samuti esineb rühmas sagedamini enese määratlemist põhjamaalasena. Viimane asjaolu võib olla tingitud eestlaste suuremast osakaalust rühmas, kuna just eestlaste on iseloomulik sagedasem eneseidentifikatsioon põhjamaalasena.

– III klaster: **eesti/vene keeles paljudes eri sfäärides suhtleva rühmas** esineb keskmisest sagedamini siirilsolidaarsust – meie-tunnet kõigiga, kes Eestis elavad. See tuleneb tõenäoliselt venekeelsete inimeste suuremast osakaalust rühmas – laiem identiteet on iseloomulik just venekeelsele elanikkonnale (vt 3. peatükk). Keskmisest sagedamini tunnetavad rühma liikmed end mitte oma elukohta ümbritsva regiooni (nt Põhjamaa), vaid kogu riigikonna liikmena. Seegi tendents avaldub venekeelse elanikkonna puhul üldiselt.

Eesti/vene keeles paljudes eri sfäärides suhtlev rühm kannab endas teatavat sotsiaalse edukuse "sõnumit". Eelnevast analüüsist nähtub, et nad on sagedamini haritumad ja kõrgema sissetulekutasemega. Samuti samastavad nad end ise sagedamini edukate inimestega ning nendega, kes vastutavad-otsustavad. See asjaolu on tõenäoliselt tugevasti seotud keelelise kapitaliga. 15. peatükis analüüsib Marju Lauristin inimeste hinnangut oma sotsiaalsele positsioonile ja seda mõjutavaid tegureid. Tema analüüsist nähtub, et kultuurilise kapitali komponentidest (haridus, keelteoskus, osalus kultuurisfääris, maitse-eelistused ja meediatarbimine) on just keelteoskus tugevaima mõjuga inimeste kihtikuuluvushinnangule. Seevastu kihtikuuluvuse seos haridustasemega osutus oodatust nõrgemaks. Keelteoskuse mõju inimeste enesepositsioneeringule ühiskonnas on võrreldav sissetuleku ja tarbimisvõimaluste mõjuga. Seega, keel omab kõrget väärtust sümbolilise kapitali kogumise vahendina.

Eelnevast analüüsist nähtub, et nii võõrkeelte oskus kui kasutamine on Eestis siirdeperioodil kiirelt kasvanud ja omandanud sotsiaalse edukuse konnotatsiooni. Eesti keeleruum on jõudsalt laienenud eeskätt inglise keele, aga ka soome, saksa, prantsuse jt võõrkeelte kaudu. Kuivõrd on see mõjutanud ajalooliselt väljakujunenud olukorda, kus eesti ja vene keele kasutamine on olnud gruppidevaheliste (võimu)suhete kehtestamise ja enda grupilise kuuluvuse määratlemise sümbol nii eestlaste kui ka venekeelse elanikkonna jaoks? Kuivõrd hakkab noorem venekeelne generatsioon teadvustama oma valikuvõimalusi ja vabadust kasutada suhtluses muud keelt peale eesti keele ja n-ö ümber vaatama oma seniseid käitumisstrateegiaid? Kuidas tõlgendavad eestlased venelaste n-ö

keelelise eneseteadvuse tõusu ja uusi protestistrateegiad olukorras, kus juba on hakanud välja kujunema teatavad ootused venelaste eesti keele õppimise suhtes?

Järgnevalt vaatlemegi lähemalt keelealaste hoiakute muutumist. Edasises analüüsis keskendume emakeele ja võõrkeeltega seonduvatele hoiakutele ehk keel(t)e sotsiaalsele väärtusele ja tähendusele ühiskonnas. Erilise tähelepanu all on eesti keel oma mitmes rollis – emakeele ja identiteediloome allikana eestlaste jaoks ning riigikeele ja esimese võõrkeelena Eesti venekeelse kogukonna jaoks.

5. Eesti keele sotsiaalse tähenduse muutumine: hoiakud keele suhtes

Nõukogude Liidu lagunemine ja Eesti taasiseseisvumine on andnud võimaluse tõsta eesti keele ühiskondlikku tähtsust läbi seaduste, haridusprogrammide, meedia jm vahendite, kuid võib arvata, et keele sotsiaalse tähenduse kujunemine inimeste teadvuses on keerukas protsess, mida riigi administratiivtasandi tegevused saavad vaid osaliselt mõjutada (vt nt Vihalemm 2002a).

Eesti keele oskus on venekeelse elanikkonna seas kiiresti muutunud üldtunnustatud normiks. Vaid 19% Eesti venekeelsest elanikkonnast möönab, et 1990. aastate algul ei pidanud nad vajalikuks Eestis elades eesti keelt osata, 1995. aastaks oli 84% neist selle vajalikkuses veendunud (Vihalemm 1999a, 2002b).

Kuigi eesti keele väärtus kommunikatsiooni- ja karjäärivahendina on kasvanud, on eesti keele instrumentaalne väärtus mitmetähenduslik: enamik venekeelsetest elanikest leiab, et eesti keelt on vaja osata eelkõige selleks, et saada head töökohta, samas on suhteliselt suur osa inimesi veendunud, et juhul, kui olla hea spetsialist või omada tutvusi, saab hea töökoha ka eesti keelt oskamata (vt tabel 4.11). Need veendumused on püsinud stabiilselt 1995. aastast (vrd Vihalemm 2002a, b). Arvatavasti üks põhjus, miks eesti keele instrumentaalne väärtus pole väga selgelt välja kujunenud, on teadlikkus teiste alternatiivide olemasolust ja kasutatavusest.

Eesti keele integratiivne väärtus on samuti ambivalentne: kui siirdeperioodi algul laienes venekeelse elanikkonna seas arvamus, et eesti keelt osates pole rahvuslikul kuuluvusel Eesti ühiskonnas tähtsust (Vihalemm 1999a), siis viimastel aastatel on skeptilisus taas kasvanud – venekeelsetest vastajatest iga teine pole ülalmainitud väitega nõus (vt tabel 4.11, vrd Vihalemm 2002a, b). Samuti ei nõustu iga teine venekeelne vastaja väitega, et eesti keele äraõppimine suurendab vastastikust usaldust eestlastega.

Eestlased tajuvad eesti keele instrumentaalse väärtuse nõrkust ja mitmetähenduslikkust. Samas on nad eesti keele integratiivse väärtuse suhtes venekeelsetest vastajatest optimistlikumad (vt tabel 4.11).

Tabelis 4.11 on võrdlevalt ära toodud ka eesti ja vene vastajate arvamused inglise keele kui võimaliku omavahelise "neutraalse" suhtluskeele suhtes. Kuigi eestlased lähevad suheldes hõlpsasti üle vene keelele (st valivad oma keeles rääkimist taastava strateegia), pole nad vähemalt hoiaku tasandil valmis tunnustama inglise keelt omavahelise suhtluskeelena. Samas venekeelse elanikkonna silmis võib inglise keel kui suhtlusvahend lähitulevikus atraktiivsemaks muutuda. Uus pealekasvanud eestlaste põlvkond oskab inglise keelt paremini kui vene keelt. Kuigi vene noored oskavad eesti keelt paremini kui inglise keelt, võib inglise keele tähtsus kohalikus suhtluses ilmselt lähiajal kasvada – kui mitte peamise suhtluskeelena, siis ahistava kolmanda keelena tõlkimisprotsessis (Vihalemm 2001, 2002b).

Tabel 4.12 annab ülevaate eestlaste ja venekeelse elanikkonna suhtumisest oma emakeelde ja inglise keelde avatud kultuuriruumis. Võime oletada, et emakeel on rahvusliku kuuluvustunde sümbol enam kui iga teise venekeelse kogukonna liikme jaoks. Kahjuks on tagantjärele võimatu otsustada, kas emakeele sümboliline väärtus venekeelse elanikkonna silmis on tõusnud Eesti taasiseseisumise järgselt – reaktsioonina vene keele taandumisele riigikeele positsioonilt ja eesti keele sotsiaalse tähtsuse tõusule – või eksisteeris see suhe keelde juba Nõukogude ajal. Teiste uurijate (nt Kosmarskaja 2002) andmed toetavad kaudselt pigem esimest versiooni. Venekeelse elanikkonna seas on teatud määral levinud ka empaatia "teise" suhtes – näiteks vajadust eesti keelt inglise keele pealetungi eest kaitsta möönab neljandik venekeelsest elanikkonnast.

Eestlaste seas tähtsustatakse (jätkuvalt) eesti rahvusliku identiteedi allikana ning levinud on kaitsev hoiak eesti keele suhtes: 44% eestlastest peab olulisimaks vastupanu-väljakutseks inglise keele pealetungi (vt tabel 4.12). Inglisekeelsed arvutiprogrammid häirivad iga teist eestlast (vt tabel 4.13). Samas on nooremad vanuserühmad inglise keele suhtes oluliselt sallivamad.

Üldiselt võib öelda, et eesti keele praegune ühiskondlik väärtustus on vastuoluline: ühelt poolt on ta niihästi suhtlusvahendi kui sotsiaalse edu tegurina tunnustatud, kuid samas võimaldab ühiskonna avanemine ka paljude alternatiivsete võimaluste rakendamist.

Tabel 4.11. Eesti- ja venekeelsete vastajate arvamused eesti keele kohta

Väitega nõustunute osakaal (%) rühmas

	Eestikeelsed vastajad	Venekeelsed vastajad
Eesti keelt on vaja (mitte-eestlastel)* osata eelkõige selleks, et saada head töökohta	54	72
Kui oled hea spetsialist või omad tutvusi, saad hea töökoha ka eesti keelt oskamata	29	45
Kui inimene oskab eesti keelt, pole oluline, et ta kuulub teise rahvusse	69	51
Kui muulane õpib ära eesti keele, suurendab see eelkõige vastastikust usaldust eestlastega	75	51
On normaalne, kui Eesti venelane ja eestlane räägivad omavahel inglise keeles	8	20

* Sulgudes olev täiendus oli kasutusel eestikeelses ankeedis.

Tabel 4.12. Hoiakud emakeele ja inglise keele suhtes avatud kultuuriruumis

Väitega nõustunute % rühmast

	Eestikeelsed vastajad	Venekeelsed vastajad
Eesti keelele ja kultuurile on praegu kõige suuremaks ohuks inglise keele pealetung	44	23
Eestlased peaksid pöörama rohkem tähelepanu eesti keele hoidmisele ja kaitsele	73	23
Emakeel jääb minu jaoks alati kõige olulisemaks, sest ta seob mind oma rahvusega	83	64

Tabel 4.13. Hoiakud arvutiga seotud keelekasutuse suhtes

Alternatiivsete väidetega nõustunute % rühmast; N = 512

	Kõik arvutikasutajad	Keel		Vanus					
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74
Kuivõrd nõustute järgnevate väidetega?									
A. Mind häirib, et arvutiga tuleb suhelda inglise keeles. Eelistaksin, et arvuti menüüd ja programmid oleksid emakeelsed									
Täiesti nõus	24	24	35	10	14	31	33	38	46
Pigem nõus	24	24	20	19	25	21	32	27	12
B. Mind ei häiri ingliskeelsed menüüd ja programmid, ma ei pea arvutiga suhtlemisel keelt oluliseks									
Täiesti nõus	12	12	12	19	20	6	4	10	5
Pigem nõus	25	25	20	37	29	23	18	12	6
Raske öelda	8	8	13	14	8	10	3	2	0
Vastamata	7	7	0	1	6	8	10	9	31

Kokkuvõte

Senised analüüsist nähtub, et Eesti kiire lülitumine rahvusvahelistesse meelelahutus- ja infovõrgustikesse ning üldine geo-kultuurilise ruumi avanemine on oluliselt suurendanud võõrkeelte osatust ja kasutust. Eesti ja vene keele kõrvale on tõusnud kolmanda olulise keelena inglise keel. Eesti keeleruum on laienenud ka soome, saksa, rootsi ja võõrkeelte kaudu.

Tähelepanu on siirdeperioodil omandanud lisaks ajalooliselt väljakujunenud gruppidevahelise (võimu)suhete kehtestamise konnotatsioonile ka sotsiaalse edukuse konnotatsiooni.

Nõukogude Liidu lagunemine ja Eesti taasiseseisvumine on andnud võimaluse tõsta eesti keele ühiskondlikku tähtsust läbi seaduste, haridusprogrammide, meedia jm vahendite, kuid võib arvata, et keele sotsiaalse tähenduse kujunemine inimeste teadvuses on keerukas protsess, mida riigi administratiivtasandi tegevused saavad vaid osaliselt mõjutada. Meie analüüs näitab, et pole õige kasutada keeleprotsesside analüüsil võimuvahetusest lähtuvaid vastandavaid ja ümberpööravaid skeeme ("vene keele võim on asendunud eesti keele võimuga" jne; vt nt Vihalemm 2002a, Vihalemm ilmumas). Eesti praegune keelekontekst ei loo väga selgeid eeldusi kaitsva-vastupaneva identiteeditüübi kujunemiseks venekeelse elanikkonna

seas: keeleruum sisaldab nende tunnetuses mitmeid valikuvõimalusi ja eestlaste kui domineerival positsioonil "teiste" skeptiline hoiak eesti keele kui võõrkeele omandamise suhtes mingil määral "neutraliseerib" avaliku sfääri (dokumendid, meedia) kohati survestava diskursuse.

Keel on muutunud üldisemas mõttes kapitaliks ning kujundab suhteid erinevate sotsiaalsete rühmade vahel, mõjutab inimeste mobiilsust, sotsiaalse ruumi taju, kollektiivset enesemääratlust jne. Teatava lihtsustusena võime öelda, et eesti ja vene keele tähendusruumi kujundab edaspidi pinge n-ö (riigist lähtuva) võimuloogika ja (sotsiaalsetest võrgustikest lähtuva) turuloogika vahel; (võimu omava) enamusgrupi ja (vastuhakkava) vähemusgrupi vastandus võib asenduda "suure" ja "väikese" keele ja kultuuri vahelise pingega.

Kasutatud kirjandus

Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London & New York: Verso.

Bourhis, R. Y. (1979). Language in Ethnic Interaction: A Social Psychological Approach. In: Giles, H. & Saint-Jacques, B. (eds), *Language and Ethnic Relations*. Oxford: Pergamon, 117–141.

Brubaker, R. (1997). Nationhood and the National Question in the Soviet Union and Post-Soviet Eurasia: An Institutionalist Account. In: Oommen, T. K. (ed), *Citizenship and National Identity: From Colonialism to Globalism*. New Dehli, Thousand Oaks, London: Sage Publications.

Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. 2: The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publichers.

Cohen, A. P. (1985). *The Symbolic Construction of Community*. Chisester: Ellis Horwood Ltd, NY: Tavistock Publications.

Dowling, M. (1997). Not Merely Free but Gaelic as well: The Creation of an Exclusionary Irish National Identity. Paper presented at the ESA Conference, University of Essex, August 27–30, 1997.

Edwards, J. (1985). *Language, Society and Identity*. Oxford: Oxford University Press.

Fishman, J. A. (1977). Language and Ethnicity. In: Giles, H. (ed), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*. London: Academic Press.

Gardner, R. C. (1985). *Social Psychology and Second Language Learning: The Role of Attitudes and Motivation*. London: Arnold.

Goble, P. (1995). Three Faces of Nationalism in the Former Soviet Union. In: Kupchan, C. A. (ed), *Nationalism and Nationalities in the New Europe*. Ithaca: Cornell University Press.

Kim, Y. Y. (1988). *Communication and Cross-Cultural Adaptation*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.

Kosmarskaja, N. (2002). Russkije Diasporõ: politšeskije mifologii i realii massovogo soznanija. *Diasporõ / Diasporas*, 4 (2), 110–156.

Laitin, D. D. (1998). *Identity in Formation: The Russian-Speaking Populations in the Near Abroad*. Ithaca: Cornell University Press.

Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1997). Recent Historical Developments in Estonia: Three Stages of Transition (1987–1997). In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. (eds.), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 73–126.

Ould-Abdallah, A. (1992). Multilingualism as Obstacle and Bridge. In: Müller, K. et al (eds), *Language as Barrier and Bridge. Papers of the Center for Research and Documentation on World Language Problems 2*. Boston: University Press of America.

Sachdev, I. & Bourhis, R. (1990). Language and Social Identification. In: Abrams, D. & Hogg, M. A. (eds), *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. New York: Springer Verlag.

Segalowitz, N. (1977). Bilingualism and Social Behaviour. In: Coons, W. H., Taylor, D. M. & Tremlay, M. A. (eds), *The Individual, Language and Society in Canada*. Ottawa: The Canada Council.

Taylor, D. M. (1977). Bilingualism and Intergroup Relations. In: Hornby, P. A. (ed), *Bilingualism: Psychological, Social and Educational Implications*. New York: Academic Press.

Vihalemm, T. (1992). Keelesituatsioonist Eesti meditsiiniasutustes. *Eesti Arst*, 5, 343–348 // 419–423.

Vihalemm, T. (1997). Vene elanikkonna eesti keele oskus, kasutamine ja hoiakud selle omandamise suhtes 1990–1995. Rmt: Järve, P. (toim), *Vene noored Eestis: sotsioloogiline mosaiik*. Tallinn: Avita, 245–254.

Vihalemm, T. (1998). Eesti keele oskus ja selle kasutamine vene noorte toimetuleku tegurina ning nende enesemääratluse kujundajana. Rmt: Lauristin, M., Vare, S., Pedastsaar, T. & Pavelson, M. (toim), *Mitmekultuuriline Eesti: väljakutse haridusele*. Tartu: Projekt Võim, 225–248.

Vihalemm, T. (1999a). Estonian Language Competence, Performance and Beliefs on Acquisition among the Russian-Speaking Inhabitants of

Estonia 1989–1995. *International Journal of Sociology of Language*, 139, 69–85.

Vihalemm, T. (1999b). *Formation of Collective Identity among Russophone Population of Estonia*. Dissertationes de mediis et communicationibus Universitatis Tartuensis 2. Tartu: Tartu University Press.

Vihalemm, T. (2001). Eesti–vene argivestluse kultuuritaust. Rmt: Aarelaid, A. (toim), *Kultuuride dialoog*. Acta Universitatis Scientiarum Socialium et Artis Educandi Tallinnensis / Tallinna Pedagoogikaülikooli Toimetised, A20 Humaniora. Tallinn: TPÜ Kirjastus, 80–93.

Vihalemm, T. (2002a). Usage of Language as a Source of Societal Trust. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia*. Tartu: Tartu University Press, 199–218.

Vihalemm, T. (2002b). Eesti keele roll kultuuridevahelises kommunikatsioonis. Rmt: Valk, A. (toim), *Eesti ja eestlased võrdlevas perspektiivis: kultuuridevahelisi uurimusi 20. sajandi lõpust*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 246–261.

Vihalemm, T. (ilmumas). Keelesuhted identiteedi alusena. Rmt: *Keel ja identiteet: konverentsi ettekanded*. Rõuge, 23.–25. oktoober 2003.

5

MAAILM EESTIST VÄLJASPOOL: KOGEMUS JA KONTAKTID, HUVID JA HOIAKUD

Peeter Vihalemm

Balti[illegible]vahelises sotsiaalses ruumis võib eristada [illegible] erinevat tasandit: 1) poliitiline, 2) majandus[illegible], 3) kultuuriline, 4) personaalne ruum. Kolme esimest võib vaadelda sotsietaalse (institutsionaalse) ruumina, viimast isiklike kontaktide, kujutluste ja eelistuste ruumina. Tuginedes riiklikule ja ametkondlikule statistikale ning küsitlustulemustele, on Eesti sotsiaalse ruumi muutumist 1991–[illegible] iseloomustatud erinevate maade läheduse indikaatoritega majandus-, kultuuri- ja personaalses ruumis (Vihalemm 1998, 1999, 2004).

Küsitlus *Mina. Maailm. Meedia* on kaasa aidanud personaalsete kontaktide ja eelistuste selgitamisele. Järgnevas ülevaates põhilistest küsitlusuuringutest (kontaktid erinevate maade ja kultuuridega, huvi saada nendest uudiseid) tuuakse ka [illegible] 1991–1994 Balticomi projekti käigus (vt Ekengren & Weibull 1997) tehtud küsitluste tulemustega. Uuendentside analüüsi järel on võrreldud küsitlustulemusi eestlaste ja mitte-eestlaste [illegible] erinevates vanusegruppides – rahvust peaaegu võib pidada põhilisteks personaalset ruumi eristavateks teguriteks.

[illegible]tsid

[illegible]maal käimine

[illegible]gudenegse elu kõige negatiivsemaid [illegible]ilmingutest läänemaailmast. 1980. aastate [illegible] [illegible]rnalistika osakonna küsitluste and[illegible] [illegible]% eestlastest käinud välismaal, nen[illegible] [illegible]tlikes nn sotsialismimaades ja poo[illegible] [illegible]lmas. 1989. aastaks oli välismaal [illegible]% eestlastest.

[illegible] [illegible]uste algul kasvas välismaal käinute [illegible] [illegible]esti. 1994. aastaks oli 39% täiskas[illegible] [illegible]lastest käinud väljaspool endist Nõukogude Liitu, 41% üksnes endistes liiduvabariikides ja 20% ei olnud Eestist välja saanud (Vihalemm 1997: 149–150). Viimatinimetatud rühm väheneb aeglaselt, jaanuaris 2003 ei olnud 13% eestlastest Eestist välja saanud (vt lisatabel 5.1). Poliitilised barjäärid on kadunud, majanduslikud piirangud jäänud.

Siiski võib Balticomi ja Meema andmeid võrreldes öelda, et 8 aasta jooksul 1994–2003 on kahekordistunud Soomes, Rootsis, Saksamaal, ka Poolas käinute arv, suhteliselt rohkemgi on kasvanud Taanis või/ja Norras, Suurbritannias ja USAs käinute arv (tabel 5.1). Põhiliselt Nõukogude-aegse isikliku kogemusega maad (Venemaa, Ukraina ja Valgevene, Taga-Kaukaasia, Kesk-Aasia, Bulgaaria ja Rumeenia) taanduvad külastatud maade pingereas, eeskätt seetõttu, et paljud noored ei ole seal käinud (vt lisatabel 5.2). Märkimisväärne osakaal elanikkonnast on käinud puhkusereisidel Vahemeremaades.

Maade hulka, kus vähemalt 5% elanikkonnast oli käinud korduvalt või seal pikemat aega olnud, olid 2003. aastaks lisaks Venemaale, Lätile, Leedule, Ukrainale ja Valgevenele jõudnud ka Soome, Rootsi ja Saksamaa. Oluline on märkida, et ka eestlastele on isikliku kogemuse ulatuse mõttes kõige tuttavam Venemaa. Suur erinevus on tõsisemas kontaktis Soomega – eestlastest on seal korduvalt käinud või pikemalt olnud 18%, kohalikust venekeelsest elanikkonnast 3% (vt tabel 5.1).

1.2. Sugulased ja sõbrad, äri- ja töösidemed eri maades

Tabel 5.2 näitab, et sugulaste ja sõprade puhul teistes maades on erinevused eestlaste ja mitte-eestlaste vahel ootuspäraselt suured (v.a vaid USA ja Inglismaa). Seejuures ei ole erinevused tänapäeval

Tabel 5.1. Maad, kus on käidud (1994 ja 2003)

% elanikkonnast vanuses 15–74

	1994	2003			
	Käinud vähemalt korra		Käinud mitmeid kordi, olnud pikemalt		
			Koguvalim	Eestikeelsed vastajad	Venekeelsed vastajad
Läti	63	65	17	21	10
Venemaa	70	56	28	28	28
Leedu	53	52	11	14	7
Soome	20	39	12	18	3
Ukraina, Valgevene	39	31	8	7	11
Rõotsi	11	28	6	9	2
Saksamaa	12	24	5	7	2
Poola, Ungari, Tšehhi	16	22	2	3	1
Taani, Norra	5	14	3	4	1
Taga-Kaukaasia	*	10	3	3	3
Prantsusmaa	*	9	2	2	3
Itaalia, Kreeka, Türgi	*	9	1	2	1
Holland, Belgia	*	8	1	2	0
Bulgaaria, Rumeenia	*	8	1	1	0
Kesk-Aasia	*	8	2	0	4
Suurbritannia, Iirimaa	2	7	1	1	0
Hispaania, Portugal	*	7	1	1	0
USA, Kanada	1	5	1	1	1

* Puudus 1994. a küsitlusest.

Allikas 1994. a kohta: TÜ ajakirjanduse osakond, projekt Ba

Tabel 5.2. Sugulased ja sõbrad, töö- ja ärisidemed eri maades

%

	Sugulased ja sõbrad			Töö- ja äri
	Koguvalim	Eestikeelsed vastajad	Venekeelsed vastajad	Koguvalim
Venemaa	31	11	69	4
Soome	15	19	9	5
Ukraina, Valgevene	13	3	32	1
USA, Kanada	13	14	11	1
Saksamaa	11	8	16	3
Rootsi	9	12	3	3
Läti	8	5	13	3
Suurbritannia	5	5	5	2
Leedu	4	2	7	2
Taani, Norra	4	4	2	2
Austraalia	4	5	2	0

enam sugugi ühesuunalised (eestlastel läänemaades ja vene vastajatel SRÜ maades ja teistes Baltimaades) – Saksamaal on kohalikel venelastel oluliselt rohkem sugulasi ja sõpru kui eestlastel.

Äri- ja töösidemed on Eestis alles üsna vähelevinud, kõige enam on neid Soomes, aga siingi vaid 5%-l elanikkonnast (seejuures eesti ja vene vastajatel üsna võrdselt).

1.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest

1991–2003 kogutud küsitlustulemused huvi [illegible] saada uudiseid teistest maadest näitavad selgelt huvi kasvu Põhjamaade ja läänеriikide vastu, [illegible] on hakanud edestama huvi teiste Baltimaade [illegible] Ukraina vastu. Seejuures on huvi Venemaa vastu

Tabel 5.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest (1991, 1994 ja 2003)

% elanikkonnast vanuses 15–74, kes märkis *väga suurt* või *küllalt suurt* huvi

	1991	1994	2003**
Venemaa	82	80	88
Soome	50	58	82
Rootsi	41	52	77
Saksamaa	45	51	77
Läti	75	68	77
USA	55	57	76
Leedu	76	67	75
Taani, Norra	26	32	68
Suurbritannia	33	35	66
Prantsusmaa	*	*	62
Itaalia, Kreeka	*	*	58
Ukraina, Valgevene	57	42	55
Holland, Belgia	*	*	55
Poola, Ungari	26	22	51

*Puudus 1991. ja 1994. a küsitlusest.
**2003. a kõrgemad huvinumbrid seletuvad veidi teistsuguse küsimuseasetusega – kui 1991 ja 1994 küsiti, kuivõrd oluline on vastajale saada uudiseid eri maadest, siis 2003 küsiti, kuivõrd vastajat huvitavad uudised eri maadest.
Allikas 1991. ja 1994. a kohta: TÜ ajakirjanduse osakond, projekt Balticom

pilisivalt kõrge ka eestlaste hulgas, kajastades Venemaa suurt poliitilist tähtsust (tabel 5.3).

1.4. Kuivõrd arusaadavad ja lähedased on teised kultuurid

Teiste kultuuride lähedus on eestlaste ja mitte-eestlaste puhul ootuspäraselt erinev – eestlastele on kõige lähedasemad soome, saksa ja vene kultuur, enam kui pool küsitletutest märkis ka inglise, läti, rootsi ja ameerika kultuuri lähedust. Venelastele vastajatele on kõige lähedasemad vene, ukraina, valgevene ja saksa kultuur (vt tabel 5.4).

1.5. Maad, kuhu tahaks elama asuda

Maade hulgas, kuhu Eestist lahkuda mõelnud inimesed tahtmuks elama asuda, domineeris 1994. a Venemaa, selle järel Saksamaa, Soome ja Rootsi. 2003. aastaks oli Venemaa taandunud 7. kohale (paljud sinna tahtmutest ilmselt ka reaalselt läinud), atraktiivsete maade esireas olid Saksamaa, Soome ja Rootsi (vt lisatabel 5.5).

1.6. Personaalse ruumi koondindeks

Eestlaste erinevad personaalse rahvusvahelise ruumi indikaatorid, nii küsitlustulemused kui ametlikud statistika andmed koondindeksiks, näeme Soome, Venemaa ja Saksamaa domineerimist. Soome ja Venemaa domineerisid personaalses ruumis ka 1990. aastate keskel, olulisi muutusi ei olnud ka kummagi punktisummas. Samas on oluliselt kasvanud Saksamaa tähtsus ning sidemed on vähenenud Rootsi, Läti, Leedu ja Ukrainaga (vt lisatabelid 5.6 ja 5.7).

2. Eestlaste ja mitte-eestlaste suhted eri maade ja kultuuridega

Tabel 5.4 näitab ootuspäraselt, et venekeelsetele vastajatele on Venemaa jätkuvalt kõige olulisem välismaa, valdaval enamusel on seal sõpru ja sugulasi, vene kultuur on lähedane, sealsed uudised pakuvad väga suurt huvi. Maana, kus tahaks elada, on aga Venemaa suhteliselt tagasihoidlikul 3.–4. kohal, elada tahaksid seal inimesed vanuses üle 45, nooremad eelistavad palju rohkem läänerii-ke, ihaldusväärsed on Saksamaa ja Ameerika (lisatabel 5.5).

Eestlastele on kultuuriliselt kõige lähedasem ja arusaadavam Soome, sealsed uudised pakuvad kõige enam huvi, seal on kõige enam isiklikke kontakte, pooled eestlased on seal ise käinud. Kuid Soome ei ole esimene maade hulgas, kus tahaksid elada need, kes tahaksid Eestist ära minna – atraktiivsete maade hulgas on Soome eestlaste jaoks 5.–6. kohal, Saksamaa on kaugelt ligitõmbavam, kuigi isiklikke kontakte on palju vähem. Või ongi asi selles, et Soome on liiga tuttav?

Tabel 5.4. Eesti- ja venekeelsete vastajate suhted eri maade ja kultuuridega

	Kultuuride lähedus (vastuste *suurel määral* %)		**Huvi uudiste vastu** (vastuste *väga huvitab* %)		**On seal käinud, elanud** (%)		**On sugulasi, sõpru, töö- ja ärisidemeid** (%)		**Tahaks sinna elama asuda** (% nendest, kes mõelnud Eestist lahkuda)	
	Eestikeelsed vastajad	**Venekeelsed vastajad**	**Eestikeelsed vastajad**	**Venekeelsed vastajad**	**Eestikeelsed vastajad**	**Venekeelsed vastajad**	**Eestikeelsed vastajad**	**Venekeelsed vastajad**	**Eestikeelsed vastajad**	**Venekeelsed vastajad**
1.	Soome 19	Vene 47	Soome 30	Venemaa 64	Läti 73	Läti 49	Soome 24	Venemaa 76	Saksamaa 25	Saksamaa 25
2.	Saksa 14	Ukraina 16	Venemaa 30	Ukraina, Valgevene 22	Venemaa 64	Venemaa 43	Rootsi 16	Ukraina, Valgevene 34	Rootsi 15	USA 19
3.	Vene 12	Valgevene 14	Rootsi 27	Saksamaa 17	Leedu 60	Leedu 40	USA 15	Saksamaa 19	USA 13	Kanada 13
4.	Inglise 12	Saksa 11	Saksa 21	Leedu 16	Soome 49	Ukraina, Valgevene 33	Venemaa 13	Läti 17	Hispaania 11	Venemaa 13
5.	Läti 10	Inglise 8	USA 21	Soome 15	Rootsi 35	Soome 24	Saksamaa 11	USA 14	Soome 10	Soome 9
6.	Rootsi 10	Soome 7	Taani, Norra 21	USA 15	Ukraina, Valgevene 30	Saksamaa 17	Läti 8	Soome 13	Itaalia 10	Austraalia 8
7.	USA 9	USA 6	Suurbritannia 19	Läti 15	Saksamaa 28	Rootsi 17	Suurbritannia 6	Leedu 9	Prantsusmaa 7	Šveits 8
8.	Prantsuse 5	Prantsuse 6	Läti 16	Rootsi 13	**Poola, Ungari** 25	**Poola, Ungari** 15	Taani, Norra 6	Suurbritannia 7	Inglismaa 6	Inglismaa 7
9.	Mitmed 3	Rootsi 5	Leedu 16	Suurbritannia 11	Taga-Kaukaasia 18	Taga-Kaukaasia 15	Austraalia 5	Rootsi 5	Norra 6	Rootsi 7
10.		Mitmed 4	Prantsusmaa 12	Itaalia, Kreeka 10	Taani, Norra 17	Kesk-Aasia 10	Leedu 4	Kesk-Aasia 5	Iirimaa 5	Taani 6

Halli taustaga on esile tõstetud endise Nõukogude Liidu alal asuvad riigid ja piirkonnad; paksus kirjas on endised sotsialismimaad.

Tabel 5.5. Noorte, keskealiste ja vanemate inimeste kontaktid eri maadega, huvi uudiste vastu nendest maadest
% vastajatest

	Millistes maades on käinud						Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed						Väga + mõnevõrra huvitatud uudistest					
	15–19 a		30–44 a		65–74 a		15–19 a		30–44 a		65–74 a		15–19 a		30–44 a		65–74 a	
1.	Läti	49	Läti	72	Läti	54	Venemaa	38	Venemaa	39	Venemaa	27	USA	86	Venemaa	91	Venemaa	82
2.	Soome	46	Venemaa	64	Venemaa	50	USA, Kanada	21	Soome	25	Soome	13	Venemaa	83	Soome	87	Soome	73
3.	Venemaa	41	Leedu	63	Leedu	36	Soome	18	Ukraina, Valgevene	17	USA, Kanada	12	Soome	79	Rootsi	83	Läti	67
4.	Leedu	35	Soome	41	Soome	31	Saksamaa	17	Saksamaa	16	Ukraina, Valgevene	11	Saksamaa	77	Läti	83	Rootsi	66
5.	Rootsi	30	Ukraina, Valgevene	34	Ukraina, Valgevene	29	Ukraina, Valgevene	14	Rootsi	14	Rootsi	10	Rootsi	75	Leedu	82	Saksamaa	63
6.	**Poola, Ungari**	21	Rootsi	29	Taga-Kaukaasia	23	Läti	12	Läti	14	Saksamaa	8	Suurbritannia	72	Saksamaa	80	Leedu	63
7.	Saksamaa	17	**Poola, Ungari**	27	Saksamaa	20	Rootsi	11	USA, Kanada	12	Läti	8	Taani, Norra	65	USA	77	USA	59
8.	Ukraina, Valgevene	12	Saksamaa	26	Rootsi	19	Suurbritannia	9	Leedu	8	Leedu	6	Prantsusmaa	62	Taani, Norra	73	Taani, Norra	57
9.	Taani, Norra	9	Taga-Kaukaasia	18	**Poola, Ungari**	17	Austraalia	7	Suurbritannia	7	Austraalia	5	Läti	62	Suurbritannia	71		
10.	Mitmed	4	Taani, Norra	16	Kesk-Aasia	10	Taani, Norra	5	Taani, Norra	6			Leedu	59	Prantsusmaa	67		
			Itaalia, Kreeka, Türgi	14	Taani, Norra	9							Itaalia, Kreeka, Türgi	55	Itaalia, Kreeka, Türgi	64		
			Prantsusmaa	11	Prantsusmaa	9							Austraalia	55	Ukraina, Valgevene	64		
			Kesk-Aasia	11	Holland, Belgia	8									Holland, Belgia	60		
			Hispaania, Portugal	10	Suurbritannia	8									**Poola, Ungari**	59		
			Holland, Belgia	10											Hiina, Jaapan	59		

Halli taustaga on esile tõstetud endise Nõukogude Liidu alal asuvad riigid ja piirkonnad; paksus kirjas on endised sotsialismimaad.

3. Noorema, keskealise ja vanema põlvkonna suhted eri maade ja kultuuridega

Vanusegruppe omavahel võrreldes torkab silma noorte tugev Ameerika-orientatsioon: maade hulgas, kust pärit uudised noortele huvi pakuvad, on USA esikohal. Teisel kohal on USA noorte isiklike kontaktide poolest ja maade hulgas, kus nad tahaksid elada (vt tabel 5.5, lisatabel 5.5).

Keskealisi iseloomustab kõige avatum ja laiahaardelisem sotsiaalne ruum, ühelt poolt on neil mitmekülgne kogemus endistes liiduvabariikides, paljud on käinud mitte ainult Lätis, Leedus ja Venemaal, vaid ka Ukrainas ja Valgevenes, märkimisväärne osa Taga-Kaukaasias ja Kesk-Aasias. Teiselt poolt on paljud keskealised käinud Põhjamaades ja Saksamaal, 10–15% ka puhkusereisil mitmetes Vahemeremaades. Laialdast kogemust ja kontakte toetab aktiivne huvi uudiste vastu paljudest erinevatest maadest.

Vanemaealiste kontaktid teiste maade ja kultuuridega on mõnevõrra nõrgemad kui noortel ja keskealistel: 29% 65–74-aastastest ei ole kunagi käinud Eestist väljaspool (küsitletute keskmine 16%), üle poole (61%) ei ole viimase 5 aasta jooksul käinud Eestist väljaspool (keskmine 38%). Peaaegu poolel (48%) vanemaealistest puuduvad isiklikud kontaktid teistes maades (keskmine 38%), seejuures on kontakte vähem nii lääneriikides kui endistes liiduvabariikides. Üldiselt madalama huvi ja aktiivsuse taseme juures on erinevate maade pingerida kontaktide ja eelistuste järgi suhteliselt lähedane keskealiste pingereale (vt lisatabelid 5.1 ja 5.2).

Kokkuvõte

Maailm Eestist väljaspool saab paljudele järjest tuttavamaks ja tähtsamaks, nende elavik avardub nii lääne-, põhja- kui lõunakaarde. See avardumine on seotud materiaalsete, sotsiaalsete ja kultuuriliste ressursside olemasoluga ning on ka ise ressurssiloov tegur. Kõige rohkem on seda ressurssi haritumatel ja jõukamatel nooremas keskeas eestlastel, kõige vähem vanematel mitte-eestlastel. Ressurss kasvab ilmselt kõige kiiremini noorte rahvusest olenemata. Eestlaste elavikus on endiselt olulisel kohal Soome, vene vastajatel Venemaa, noortel rahvusest olenemata USA.

Kasutatud kirjandus

Rosengren, K. E. & Weibull, L. (1997). Introduction. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. (eds.), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 1–5.

Vihalemm, P. (1997). Changing National Spaces in the Baltic Area. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. (eds.), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 129–162.

Vihalemm, P. (1998). Sotsiaalne ruum eurointegratsiooni tegurina. Raamatus Terk, E. jt. (toim.), *Eesti Inimarengu Aruanne 1998*. Tallinn: UNDP Arenguprogramm, 68–73. http://www.[illegible]/nhdr/1998/EIA98est.pdf

Vihalemm, P. (1999). Changing Baltic Space: Estonia and its Neighbours. *Journal of Baltic Studies* 30 (3), 250–269.

Vihalemm, P. (2004). Changing Social Distances in Estonian Social Space before EU Enlargement. Paper presented at the Seminar "Cross Border Cooperation in the Baltic Sea Region: Euroregions and Region Building". Tallinn, 5–6 February 2004.

II OSA:
ELULAAD JA KULTUURISUHTED

6. **Elulaad Eestis** 83
Annika Nigul

7. **Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused** 97
Maarja Lõhmus, Marja Lauristin, Rauno Salupere

6

ELULAAD EESTIS

Annika Nigul

1. Elulaadi mõiste ja empiirilised uurimused

Elustiilide mõiste tekkimise alguseks võib lugeda aega, mil Weber vaidlustas Marxi arusaamise, et ühiskonda saab jaotada klasside alusel. 20. sajandi alguses tõi Weber lisaks majanduslikule dimensioonile ühiskonna analüüsi sisse poliitilise ja kultuurilise mõõtme – sotsiaalne liigendumine ühiskonnas toimub põhiliselt staatuste järgi, vastavalt elustiilide aluseks olevatele väärtustele (Weber 2002: 155).

Klasside ja staatusgruppide teooriat arendas edasi Bourdieu (1984), esitades lõppkokkuvõttes sotsiaalse ruumi ja elustiilide ruumi mudeli. Bourdieu arvates on sotsiaalselt klassifitseerivaks mehhanismiks elustiil. Elustiil on süstemaatiline sotsiaalsete kommete, valikute, käitumiste jm kogum, mida tajutakse vastastikustes suhetes teiste elustiilidega (Bourdieu 1984: 172). Elustiili aluseks on indiviidi maitse-eelistused ja sotsiaalse klassi (mitte Bourdieu kontseptsiooni kohaselt maitse. Maitse-eelistuste kaudu teatud käitumislaad on tegelikult eristamise vorm, mis eksisteerib vaid suhtes teistega ja selle maitse-eelistuste kaudu eristab inimene end teistest ja lõpptulemuses samastub omasugustega.

Hiljem laiemalt käsitlevad elustiilide mõistet paljud sotsioloogid, kes rõhutavad erinevate tasandite arvestamist elustiilide mõiste käsitlemisel – siinne on vahet teha ühiskonna, grupi ja isiksuse tasandil. Elustiil on indiviidide individuaalsete omaduste ja tema tegevuste mustrite vaheline suhe: ühelt poolt hõlmab see indiviidide väärtusi, hoiakuid, huvisid, maitseid ning teiselt poolt indiviidi käitumist ja seisuse muutumist (Rosengren 1992: 15). Elustiili uurimine peab aitama mõista, miks inimesed tegelikult teevad ja seega tuleb elustiili uurimisel arvestada võimalikult palju erinevaid tegureid (Reimer 1994: 66).

Kui Bourdieu uurib indiviidide maitse-eelistusi ja väidab, et inimeste elustiil määrab nende positsiooni sotsiaalses ruumis, siis Reimeri arvates ei saa nii üheselt väita. Tänapäeval on inimeste huvid ja tegevused üha rohkem mitmekesistunud ja killustunud ning nende erinevused moodustavad igapäevaelu praktika ehk elustiili. Reimeri arvates tulebki uurida just nimelt nende üksikute tegevuste erinevusi, mis on seotud sotsiaalsete, kultuuriliste ja majanduslike nähtustega ning inimese positsiooniga sotsiaalses ruumis, kuid indiviidi elustiil ei määra tema positsiooni ühiskonnas.

Eesti ühiskonna puhul on elustiili tähenduses räägitud elulaadist. Elulaadi mõiste on käibele tulnud nõukogude ajal publitseeritud mitmesugustest propagandistlikest artiklitest ja raamatutest, kus seda kasutati ennekõike kapitalismi ja sotsialismi vaheliste erinevuste rõhutamiseks. Elulaadi mõiste abil püüti esile tuua majanduslikke, poliitilisi, ideoloogilisi ja moraalseid tunnusjooni, mis iseloomustasid ühiskondlikku süsteemi, aga ka kõiki ühiskonnaliikmeid. Mõnes teoses räägiti, et nõukogude elulaadi alusel on kujunenud uus inimliik *homo soveticus* (Vihalemm 1981: 5).

Eestis hakati elulaadi mõistet laialdaselt kasutama 1970. aastatel samuti ideoloogilises tähenduses. Samal ajal kasutasid antud olukorda ära mitmed sotsiaalteadlased ning elulaadi mõiste levis kiiresti paljudesse teadusharudesse – filosoofiasse, sotsioloogiasse, eetikasse, psühholoogiasse, pedagoogikasse jt. Elulaadi mõtestati neis lahti erinevalt, kuid enamik uurijaid oli üksmeelel selles, et see hõlmab kõiki peamisi eluvaldkondi – tööd, perekonnaelu ja olmet, ühiskondlik-poliitilist tegevust, vaba aja veetmist, tuues neis esile tüüpilisi jooni. Seejuures on põhiline inimeste elu tegevuslik külg – käitumine (Vihalemm 1981: 5–6).

Elulaadi mõistet võib kasutada kitsamas ja laiemas tähenduses. Kitsamas tähenduses on elu-

laad teatav tegevuste süsteem, aktiivsuse jaotumine erinevate eluvaldkondade (töö, perekond ja olme, ühiskondlik elu, vaba aeg) ja konkreetsete tegevuste vahel, samuti nendele iseloomulik käitumisviis ja inimsuhete laad. Seda võib iseloomustada kui igapäevase elutegevuse püsivate vormide süsteemi. Laiemas tähenduses hõlmab elulaad peale tegevuse enese ka tingimused ja vahendid, samuti inimeste suhtumise mingisse tegevusse, arusaamad ja püüdlused. Elulaad laiemas tähenduses kujutab endast elutingimuste, tegevusvormide ja mõttelaadi (arusaamade ja orientatsioonide) vaheliste seoste süsteemi (Hion jt 1988: 7).

Reimer (1994: 69) on tõdenud, et Läänemaailmas ei ole läbi viidud ühtegi ulatuslikku empiirilist uurimust eesmärgiga välja selgitada indiviidide elustiililine kuuluvus. Ka nõukogude ajal ei viidud läbi ühtegi kompleksset uurimust, mis hõlmaks täiel määral elulaadi laias tähenduses: tegevusvorme, elutingimusi, sotsiaalset kogemust, väärtusorientatsioone. Siiski on paljude nõukogudeaegsete uurimuste tulemused tõlgendatavad elulaadi seisukohalt, sisaldades andmeid elulaadi üksikute külgede kohta.

Seega puutusid sotsioloogid nii Rootsis kui nõukogudeaegses Eestis kokku sarnaste probleemidega. Ühelt poolt tõstatus küsimus mõiste teoreetilistest alustest: milline tunnuste ruum võtta ikkagi aluseks inimeste igapäevaelu uurimisel. Teiselt poolt oli probleemiks andmete tõlgendatavus: kas kogutud andmed on ikkagi interpreteeritavad elustiili/elulaadi seisukohalt või peegeldavad need hoopis midagi muud.

Kõige esimene Eesti rahvastiku elulaadi tüpoloogia tehti Tiina Raitviiru juhtimisel TRÜ sotsioloogia laboratooriumi uurimuse *Teie kodu* põhjal 1972.–1973. a. Elulaadi vaadeldi kui tegevuste süsteemi, kus põhirõhk asetati elulaadi materiaalsele küljele. Uurimuses lähtuti elulaadi iseärasuste esiletoomisel ühelt poolt koduga seotud tegevustest (kas need on koondunud kodu ümber või toimuvad rohkem väljaspool kodu) ning teiselt poolt elulaadi moderniseerumise astmest.

Elulaadi kui tegevuste süsteemi tüpoloogilist käsitlust uurimuses *Teie kodu* on edasi arendatud TRÜ žurnalistika kateedri poolt 1979–1984 tehtud uuringutes, kus analüüsi aluseks valiti reaalsete tegevuste ja omaduste mitmekülgsus. Lisaks elutingimuste ja elukoha vaatlemisele pöörati olulist tähelepanu vaimsest kultuurist osasaamise viisidele. Erinevate tegevuste osa määramisel elulaadis lähtuti peale nendega tegelemise fakti ka nende subjektiivsest olulisusest. Lisaks käitumuslikule aktiivsusele peeti elulaadi tunnuseks ka suhtumise aktiivsust, isiksuse orienteeritust mitmesugustele tegevustele, suhetele, probleemidele.

Küsitlus *Mina. Maailm. Meedia* võimaldab elulaadi käsitleda laiemas tähenduses. Sarnaselt 1979.–1984. a TRÜ žurnalistika kateedri poolt läbiviidud uuringutele võetakse järgnevalt elulaadi tüpoloogia moodustamisel aluseks vaba aja tegevuste orientatsioonid. Eesti elanikkonna elulaadi tüüpe vaadeldakse seoses elutingimuste ja elukeskkonnaga, üldise liikuvusega, materiaalse seisundi ja kultuurivara omamisega, aktiivsuse ja mitmekülgsusega erinevates tegevusvaldkondades, väärtusorientatsioonidega ning hinnangutega muutustele, mis on Eestis viimase 10–15 aasta jooksul toimunud.

2. Analüüsimetoodikast

Elulaadi tüpoloogia moodustamisel on kasutatud andmeanalüüsipaketti SPSS. Tüüpide moodustamisel on lähtutud erinevate vaba aja tegevustega tegelemise sagedusest. Juhul kui inimesed mõnele küsimusele vastamata jätnud, arvestati seda kui vastava tegevusega üldse mitte tegelemist.

Selgitamaks Eesti elanikkonna vaba aja tegevuste orientatsioone, viidi esmalt läbi faktoranalüüs peatelgede meetodil ning faktoritest selgema ülevaate saamiseks kasutati varimaks pööratud. Programm pakkus välja kaheksa faktorit, mida käsitleti kui tegevuste orientatsioone ja võeti aluseks klasteranalüüsi teostamisel.

Rühmitamine viidi läbi klasteranalüüsi k-keskmiste meetodil, kus arvutatakse klastrite keskpunktid ning vastavalt sellele määratakse tõenäolt liikuvate indiviidide kuuluvus klastritesse. Ruutkusjuures keskmised arvutatakse ja indiviidid rühmitatakse klastritesse uuesti peale igat juhtumi. Elulaadi tüpoloogia moodustamisel proovitud indiviide paigutada ka 6, 7, 9, 10 ja 11 klastrisse, kuid kõige paremini tõlgendatavaks osutus juba taustanalüüsis välja tulnud kaheksa klastriga lahend.

3. Elulaadi tüpoloogia

Kahekümne üheksa tunnuse alusel eristus kaheksa rühma, mida võib käsitleda Eesti elanikkonna elulaadi tüpoloogiana ja mida on võimalik iseloomustada erinevate tegevuste mitmekülgsuse näitajal (vt tabel 6.1 ja lisatabel 6.1).

1. Mitmekülgselt aktiivne elulaad – 9%
2. Tööle orienteeritud, kultuurilembeline elulaad – 15%
3. Hasartne, meelelahutuslik elulaad – 5%
4. Tehniliselt harrastuslik elulaad – 14%
5. Uue meedia, seltsielukeskne elulaad – 13%
6. Kodukeskne, traditsiooniline elulaad – 15%

Tabel 6.1. Tegevuste isearasused elulaadi tööpides (erinevus keskmisest)

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
N	125	222	76	202	190	221	188	246
Kui sageli Te käite kinos?	+ +	+	++	–	+ +	–		– –
Kui sageli Te käite teatris?	+ +	+ +						– –
Kui sageli Te käite näitustel?	+ +	+ +						– –
Kui sageli Te käite raamatukogus?	+ +	+ +		– –				– –
Kui sageli Te käite kontserdil?	+ +	+ +						– –
Kui sageli Te käite kirikus?					–	+	+	
Kui sageli Te käite restoranides, kohvikutes, pubides?	+ +	+	+ +		+ +	– –		– –
Kui sageli Te käite klubides, reividel, diskodel?	+ +		+ +	–	+ +	– –	–	– –
Kui sageli Te käite külas sõpradel-sugulastel?	+				+			– –
Kui sageli Te käite huvi-, turismireisidel?	+ +	+ +				–		– –
Kui sageli Te käite töö- ja ärireisidel?	+	+ +	+ +	+ +	–	– –	–	– –
Kui sageli Te käite matkadel, looduses?	+ +	+		+				– –
Kui sageli Te käite seminaridel, konverentsidel, koolitustel?	+ +	+ +				–	–	– –
Kui sageli Te käite koosolekutel, aruteludel?	+ +	+ +			–		–	– –
Kui sageli Te tegelete ilukirjanduse lugemisega?	+	+	–		– –	+	+	–
Kui sageli Te tegelete töö- ja huvialase kirjanduse lugemisega?	+ +	+ +						– –
Kui sageli Te tegelete aiatööga?		+	– –		– –	+ +	– –	
Kui sageli Te tegelete treeningu, kehaliste harjutuste, sportmängudega?	+ +	+	+				– –	– –
Kui sageli Te tegelete käsitööga, meisterdamisega?	+ +		– –		–	+ +		– –
Kui sageli Te tegelete pillimänguga, laulmisega, tantsimisega?	+ +	+						– –
Kui sageli Te tegelete loto vm ennustusmängude mängimisega?	+ +		+					–
Kui sageli Te tegelete joonistamise, fotograafia, maalimise, tarbekunstiga?	+ +					–		– –

Jätkub...

JÄRG: Tabel 6.1. Tegevuste iseärasused elulaadi tüüpides (erinevus keskmisest)

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Kui sageli Te tegelete filmimise, video- või muusikasalvestamisega?	+ +		+	+	+	–		– –
Kui sageli Te tegelete vabal ajal auto-, moto-, paadi- või jalgrattasõiduga?	+ +		+	+ +	+			– –
Kui sageli Te tegelete arvutiga seotud harrastustega?	+ +		+ +		+ +	– –		– –
Kui sageli Te tegelete hasartmängudega?			+ +					
Kui sageli Te tegelete tehniliste harrastustega?	+		+ +	+ +				–
Kui sageli Te tegelete ristsõnade lahendamisega?							+ +	– –
Kui sageli Te tegelete kollektsioneerimisega, kogumisega?	+ +							–
Kui sageli Te tegelete muude hobide, harrastustega?	+							

+ / – Erinevus keskmisest vähemalt 0,3 skaalapunkti. + + / – – Erinevus keskmisest vähemalt 0,5 skaalapunkti.

7. Kirjasõnakeskne, traditsiooniline elulaad – 13%
8. Passiivne elulaad – 17%

Kõik elulaadi tüübid on levinud nii eestlaste kui venelaste hulgas (vt lisatabel 6.2). Vaid kirjasõnakeskses, traditsioonilises elulaadi tüübis on venelasi eestlastest rohkem (venelasi 56%). Veidi üle 40% venekeelsest elanikkonnast on esindatud ka tehniliselt harrastuslikus ja passiivses elulaadi tüübis ning kolmandik hasartses, meelelahutuslikus elulaadi tüübis. Naiselikeks elulaadi tüüpideks võib pidada mitmekülgselt aktiivset, kodukeskset, traditsioonilist ja kirjasõnakeskset, traditsioonilist elulaadi ning mehelikeks hasartset, meelelahutuslikku ja tehniliselt harrastuslikku elulaadi tüüpi.

Mitmekülgselt aktiivne ja uue meedia, seltsielukeskne elulaad on levinud ennekõike nooremate indiviidide hulgas (vt lisatabel 6.2), ka hasartses, meelelahutuslikus elulaadi tüübis on rohkem kui pool 20–29-aastased. Tööle orienteeritud, kultuurilembeline ning tehniliselt harrastuslik elulaad on levinud valdavalt keskealiste hulgas. Passiivsed, traditsioonilised elulaadi tüübid on omasemad aga vanematele indiviididele.

Abielus olevaid inimesi on kõige enam kodukeskses, traditsioonilises ja tehniliselt harrastuslikus elulaadi tüübis – rohkem kui kaks kolmandikku neist on ametlikus abielus (vt lisatabel 6.2). Vabaabielu eelistavad elada hasartse, meelelahutusliku tüübi esindajad. Rohkem kui kolmandik neist elavad koos partneriga, ametlikus abielus on 25%. Lahutatud inimesi on teistest enam aga tööle orienteeritud, kultuurilembelises ja kirjasõnakeskses, traditsioonilises elulaadi tüübis, vastavalt 15% ja 16%.

Rohkem kui poolel mitmekülgselt aktiivse, tehniliselt harrastusliku ja seltsielukeskse elulaadi tüübi harrastajatest on peres alla 18-aastaseid lapsi, kusjuures ligi veerandil neist kasvab peres 2 või enam last (vt lisatabel 6.2). Passiivsetes tüüpides seevastu on alla 18-aastaseid lapsi vaid kolmandikul.

Tööle orienteeritud, kultuurilembelises elulaadi tüübis omab pool indiviididest kõrgharidust ning töö, mida nad teevad, on valdavalt vaimset laadi (vt lisatabel 6.2). Kõrgharidus on ka ligi veerandil mitmekülgselt aktiivse ja hasartse, meelelahutusliku elulaadi tüübi harrastajatest, ent kui mitmekülgselt aktiivse tüübi esindajate töö on enamjaolt vaimse iseloomuga, siis hasartse, meelelahutusliku tüübi puhul on töö pigem füüsiline. Alg- ja põhiharidusega indiviide on kõige enam passiivses elulaadi tüübis (täpsemalt 43%), kelle töö on suures osas füüsilise iseloomuga (40% töö ainult ja põhiliselt füüsiline).

Võrreldes teiste elulaadi tüüpidega on märkimisväärselt suurema sissetulekuga tööle orienteeritud, kultuurilembeline ja hasartne, meelelahutuslik elulaadi tüüp: kolmandikul nendesse tüüpidesse kuuluvatest inimestest on sissetulek pereliikme kohta rohkem kui 4000 krooni kuus (vt lisatabel 6.2). Kõige vaesemaks võib pidada passiivset elulaadi, kus ligi poolel jääb sissetulek pereliikme kohta alla 1500 krooni kuus.

Vaadeldes elulaadi tüüpe elukoha järgi (lisatabel 6.2), ei saa rääkida selgetest erinevustest maal ja linnas. Kõigis tüüpides on enam-vähem võrdselt nii maa-asulate, suuremate linnade kui ka väiksemate linnade elanikke. Teistest veidi enam on maal levinud kodukeskne, traditsiooniline elulaad ning pealinnas tööle orienteeritud, kultuurilembeline ja kirjasõnakeskne, traditsiooniline elulaad.

4. Elutingimused

Eesti elanikkonna elutingimusi vaadeldes ilmneb, et enamus küsitletutest elab kortermajas, kolmandik 4–5-korruselises majas. Viiendikul on ühepereelamu ja 5% küsitletutest elab kaksik- või ridaelamus. Kolmandik ühepereelamus, kaksik- või ridaelamus elavatest indiviididest elab esimese Eesti Vabariigi ajal või varem ehitatud majas, kolmandikul on maja ehitatud pärast II maailmasõda, 1950.–1960. aastatel. 1990. aastatel on maja ehitanud kümnendik oma majas elavatest indiviididest ning 3% on maja ehitanud pärast 2000. aastat. Samal ajal on alates 1990. aastast oma maja ümber ehitanud või põhjalikult remontinud kümnendik küsitletutest, kusjuures 5% neist on seda teinud pärast 2000. aastat.

Valdav enamik küsitletutest on ise oma eluaseme omanikud või omaniku pere liikmed, vaid veidi rohkem kui kümnendik vastanutest elab üüritud pinnal. Kahe kolmandiku omanduses on kortermaja ligi veerand omab maja, majaosa või ridaelamuboksi. Veidi rohkem kui kolmandik omab ka suvilat, talu või muud maavaldust (vastavalt 17%, 9% ja 4% küsitletutest).

Vaadeldes Eesti elanikkonna elutingimusi elulaadi tüüpides (tabel 6.2), võib öelda, et teistest enam elavad ühepereelamus tööle orienteeritud, kultuurilembelise ja kodukeskse, traditsioonilise elulaadi esindajad (ligi kolmandik vastavate tüüpide esindajatest). Suurtes, nelja ja enama korrusega kortermajades elab rohkem kui kaks kolmandikku kirjasõnakeskse, traditsioonilise elulaadi esindajatest. Võrreldes teiste elulaadi tüüpidega elab tööle orienteeritud pinnal kõige enam uue meedia, seltsimeheskse elulaadi esindajaid (veidi rohkem kui viiendik antud tüüpi kuuluvatest inimestest).

Kinnisvara on kõige enam tehniliselt harrastusliku elulaadiga inimestel (13%-l kinnisvara omamine suur ja 28%-l märkimisväärne), aga ka mitmekülgselt aktiivsetel, kellest kolmandik omab märkimisväärselt palju kinnisvara (vt tabel 6.2). Suvekodu, talu või muud maavaldust omavad teistest vähem kirjasõnakeskse, traditsioonilise ja passiivse elulaadiga vastajad.

Uues, viimase kolme aasta jooksul ehitatud majas elab kõige enam tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi ja mitmekülgselt aktiivse elulaadi esindajaid (vastavalt 9% ja 5% majas, majaosas või ridaelamus elavatest indiviididest selles rühmas), 1990. aastatel ehitatud majades elab neist viiendik (vt tabel 6.2). Ühtlasi on nende elulaadide esindajad viimase kolme aasta jooksul teiste elulaadi tüüpidega võrreldes märkimisväärselt rohkem oma maja ümber ehitanud või põhjalikult remontinud. Viimasel kümnendil ehitatud majades elab teistest veidi enam ka hasartse, meelelahutusliku ja kodukeskse, traditsioonilise elulaadi esindajaid (vastavalt 14% ja 16%), kusjuures 14% kodukesksesse, traditsioonilisse elulaadi tüüpi kuuluvatest inimestest on oma maja ümber ehitanud või põhjalikult remontinud pärast 1990. aastat.

Pool kõigist küsitletutest omab autot, veidi enam kui kümnendikul on mitu autot. Kõige rohkem autoomanikke on tehniliselt harrastusliku elulaadi esindajate hulgas (76%), aga ka mitmekülgselt aktiivse ja tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi esindajate hulgas (vt tabel 6.2). Passiivsesse ning kirjasõnakesksesse, traditsioonilisse elulaadi kuuluvatest inimestest on autod vähem kui kolmandikul.

5. Elulaadi tüübid

5.1. Mitmekülgselt aktiivne elulaad

Mitmekülgselt aktiivsele elulaadi tüübile on omane optimistlik eluhoiak (vt lisatabel 6.3), nad usuvad, et nende elu ja areng Eestis läheb paremuse suunas. Ligi pool siia tüüpi kuuluvatest indiviididest on viimase kümne aasta jooksul läbi teinud elumuutused, kuid pea kõikide hinnang muutustele on positiivne.

Kõige olulisemaks väärtusorientatsiooniks on nende jaoks enesekehtestamine (vt joonis 6.1), kuid ka isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal. Meeldivaid elamusi, rahustavat ja harmoonilist keskkonda leiavad nad ennekõike looduses viibides, muusikat kuulates ja lähedaste inimestega koos viibides, samuti tantsides ja sportides ning oma kodu korrastades ja kaunistades (vt lisatabel 6.5).

Tabel 6.2. Elutingimused elulaadi tüüpides

% tüübist

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne	Koguvalim
Elulaadi tüübi osakaal (%) koguvalimis	9	15	5	14	13	15	13	17	100
Millises majas Te elate, kas see on...									
... ühepereelamu	19	28	14	22	19	32	7	21	21
... kaksik- või ridaelamu	6	8	5	4	3	5	4	4	5
... 2-3 korruseline kortermaja	29	20	22	22	22	24	17	20	22
... 4-5 korruseline kortermaja	27	27	38	34	41	26	46	38	34
... 6- või enama korruseline kortermaja	17	15	20	16	15	10	22	13	15
Kellele kuulub Teie eluase?									
Olen ise omanik või omaniku pere liige	85	84	79	90	76	94	81	82	84
Üürin omanikult (peremehelt)	10	6	14	3	12	1	7	5	7
Üürin linnalt, riigilt, asutuselt	2	7	1	4	9	4	7	7	6
Elan sugulaste, tuttavate juures	3	2	4	2	2	0	4	2	2
Kas Teie pere omanduses on järgmist kinnisvara?									
Korter	65	59	73	67	65	59	72	60	64
Maja, majaosa, ridaelamu boks	32	33	18	24	21	27	10	18	23
Suvekoduna kasutatav maamaja, suvila	17	22	19	26	13	21	8	11	17
Talu	10	11	10	10	10	10	3	7	9
Muu maavaldus	17	12	10	14	9	7	5	4	9
Muu kinnisvara	4	6	0	6	2	1	0	1	3
Ei ole midagi	6	5	9	5	11	4	12	13	8
Kinnisvara omamine									
Puudub	6	6	13	7	13	7	15	15	6
Vähene	54	61	54	52	64	64	75	70	54
Märkimisväärne	32	23	22	28	15	26	9	13	32
Suur	8	10	11	13	7	3	2	2	8

Jätkub...

[illegible]

	[illegible]	Eesti orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne	Koguvalim
Mis aastal Teie maja on ehitatud?									
Kuni 1939	17	27	43	28	40	27	42	39	31
1940–1969	19	30	21	30	33	25	38	33	29
1970–1989	38	15	21	37	22	31	19	24	26
1990–1999	21	19	14	2	5	16	0	4	11
2000–2002	5	9	0	2	0	0	0	0	3
Vastamata	55	51	61	55	45	49	67	57	54
Mis aastal Teie maja on põhjalikult ümber ehitatud / remonditud?									
Kuni 1969	0	2	0	0	2	0	2	2	1
1970–1989	3	4	3	2	7	3	1	4	4
1990–1999	7	7	3	7	4	7	3	2	5
2000–2002	10	8	6	4	5	7	2	1	5
Ei ole remonditud	25	28	27	32	37	33	25	34	31
Perel on auto(d)	60	61	51	76	56	50	28	31	51

Mitmekülgselt aktiivse elulaadi huvide ring on väga lai: kultuuriasutuste külastamisest meelelahutusasutuste külastamiseni, põhitööga tegelemisest hobide ja harrastustega tegelemiseni. Meelt lahutada eelistavad nad muusikat kuulates, ajalehti-ajakirju lugedes, Eesti telekanaleid vaadates, Internetis käies, reisides ja matkates (vt lisatabel 6.4).

Antud elulaadi tüübile on omane ka teistest kõrgem mobiilsus (vt lisatabel 6.3). Veidi rohkem kui poolel on nii Eesti-sisene liikuvus kui käimine väljaspool Eestit suur või väga suur, kolmandikul on suured või väga suured ka isiklikud kontaktid teiste maadega. Siia rühma kuuluvad indiviidid on avatud teistele kultuuridele ja huvituvad teiste maade uudistest. Ligi kaks kolmandikku oskavad võõrkeeli ning rohkem kui poolel on võõrkeelte kasutamise ulatus suur või väga suur.

Vaadeldav tüüp on teistest jõukam (rahaline jõukus on suur või väga suur 60%-l) ja nad ei pea loobuma vajalikust. Sotsiaalse staatuse poolest hindab 28% end kuuluvat kõrgkihti ja 30% kõrgemasse keskkihti. Siia gruppi kuuluvad indiviidid on ettevõtlikud ja aktiivsed lisateenistuse hankimisel. Kolmandikku mitmekülgselt aktiivsesse elulaadi tüüpi kuuluvatest inimestest iseloomustab tugev või väga tugev konsumerism (st nende jaoks on oluline nt ostukeskustes ja kauplustes käimine, reklaam, rõivaste ja tarbeesemete kaubamärk; vt ka 12. peatükk), kolmandik on märkimisväärselt konsumeristlikud. Samuti ei ole nad tarbimislikult ükskõiksed, st nad peavad enda jaoks vajalikuks paljusid kaupu-teenuseid.

Mitmekülgselt aktiivsele elulaadile on omane märkimisväärselt tugev orientatsioon elukeskkonna uuendamisele: rohkem kui kolmandik neist on viimaste aastate jooksul teinud remonti, muretsenud sanitaar- või olmetehnikat. Rohkem kui poole antud tüüpi kuuluvate inimeste jaoks on vägagi oluline kommunikatsioonitehnika omamine. Kahel kolmandikul ongi kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega silmapaistvalt suur, neil on olemas nii televiisor kui videoaparatuur, muusikakeskus, arvuti, internetiühendus vmt.

Kommunikatsioonitehnika kõrval omab mitmekülgselt aktiivne elulaad kodus ka väga palju kultuurivara (erinevaid raamatuid, originaalseid kunsti-, muusika- või tarbeesemeid). Ligi poolel oli kultuurivara omamine väga suur ka lapsepõlvekodus ja käesoleval hetkel on antud tüüp vägagi ükskõikne kultuurivara omandamise vastu (ükskõiksed suurel või väga suurel määral kokku veidi rohkem kui pool tüübi esindajatest).

5.2. Tööle orienteeritud, kultuurilembeline elulaad

Tööle orienteeritud, kultuurilembeline elulaad on oma optimistliku eluhoiaku ja mobiilsuse poolest sarnane eelpool kirjeldatud mitmekülgselt aktiivsele elulaadile. Ka siia tüüpi kuuluvatest indiviididest on ligi pool viimase kümne aasta jooksul elanud läbi elumuutused ja nende hinnang muutustele on valdavalt positiivne (vt lisatabel 6.3). Samuti on rohkem kui pool korduvalt reisinud mitte Eesti-siseselt kui väljaspool Eestit. Nad on avatud teistele kultuuridele ja tunnevad huvi uudiste vastu teistest maadest. Kahe kolmandiku keelteoskus on suur või väga suur, võõrkeelte kasutamise ulatus on suur või väga suur ja ligi poolel.

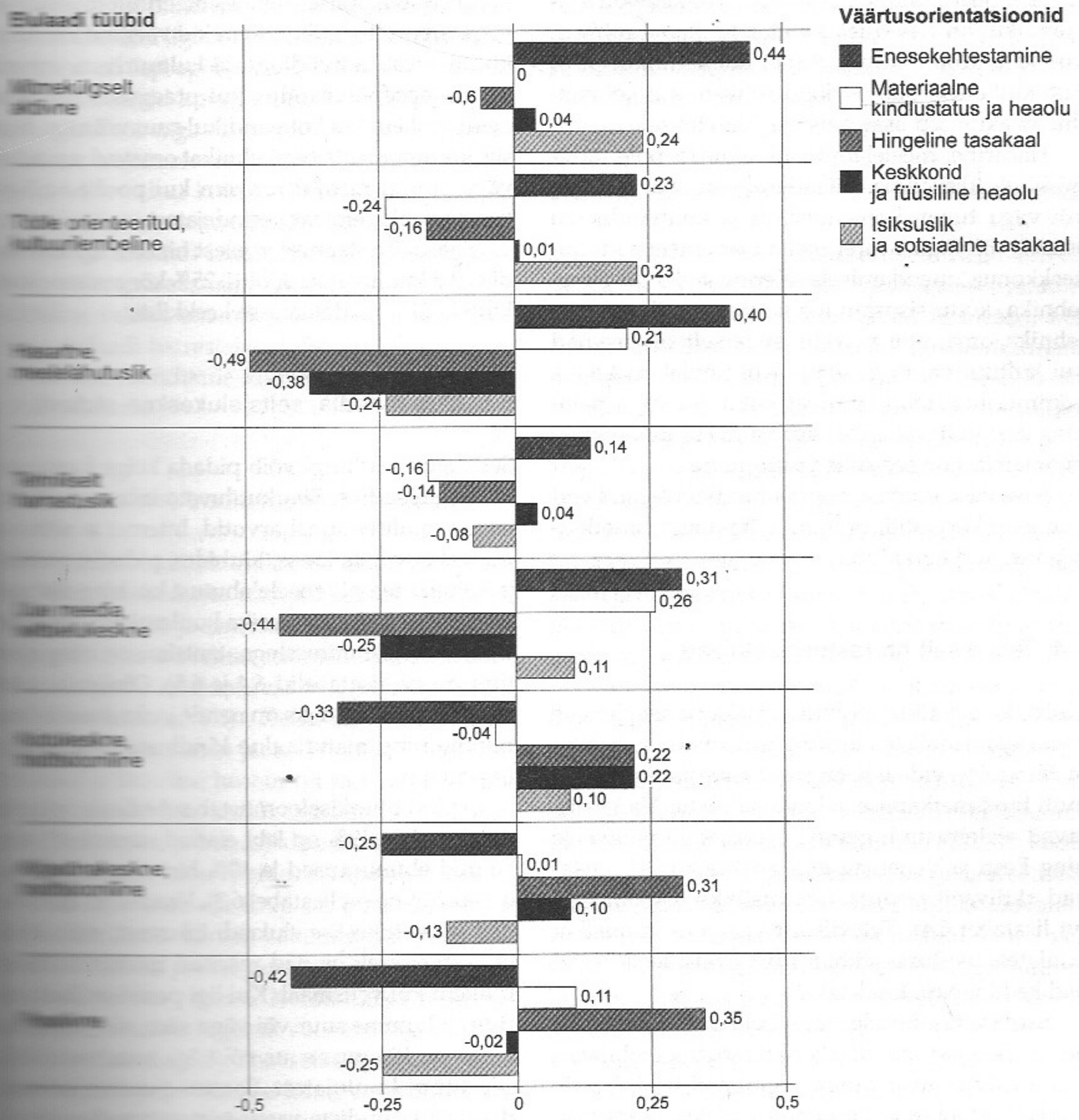
Väärtusorientatsioonide poolest on neile olulised isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal ning eneseteostamine (vt joonis 6.1). Harmoonilist keskkonda ja meeldivaid elamusi leiavad nad ennekõike loodus viibides, muusikat kuulates ja lähedaste inimestega koos viibides, aga ka raamatut lugedes ja reisides, uusi paiku avastades (vt lisatabel 6.5). Tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi huvide ring koondub, nagu nende nimigi ütleb, töö ja eneseteostuse ning kultuuripublikus osalemise ümber.

Tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi jõukus on märkimisväärselt suur (pea poolel on rahaline jõukus suur või väga suur; vt lisatabel 6.3), 28% küsitletutest ei ole rahapuudust ja viiendikul on see vähene. Nad on ettevõtlikud ja aktiivsed lisateenistuse hankimisel. Samuti ei ole antud elulaadi tüüp tarbimislikult ükskõikne ja ligi kolmandikule on omane tugev või väga tugev konsumeristlik hoiak. Kuigi antud grupi sissetulekuid võrreldes teiste tüüpidega on märkimisväärselt kõrgemad (vt lisatabel 6.2), hindab enamik indiviide end kuuluvat keskkihti või kõrgemasse keskkihti (vastavalt 38% ja 26% indiviididest; lisatabel 6.3).

Ligi kolmandik antud tüübist on orienteeritud suurel või väga suurel määral elukeskkonna uuendamisele (vt lisatabel 6.3). Samuti on neil kolmandikul märkimisväärselt suurel määral nii kommunikatsioonitehnikat kui kultuurivara (omamine suur või väga suur vastavalt 51% ja 43%). Ka lapsepõlvekodus oli 44%-l palju või väga palju kultuurivara, viiendik on käesoleval hetkel ükskõiksed selle omandamise vastu. Kommunikatsioonitehnika omandamise vastu on ükskõiksed vaid kolmandik siia tüüpi kuuluvatest inimestest.

Joonis 6.1. Väärtusorientatsioonid elulaadi tüüpides

Väärtuste faktorite faktorkaalude keskmised (kõik joonisel esitatud keskmised erinevad võrreldavates rühmades usutavuse nivool $p \leq 0{,}01$)



Hästhe, meelelahutuslik elulaad

Nende huvid on hasartset laadi: nad tegelevad hasartmängudega, arvuti- ja tehniliste mänguasjadega. Meelelahutuseks eelistavad nad kuulata muusikat, käia klubides, pidudel ja viibida loodusmaastikus (vt lisatabel 6.4). Kõige olulisemaks väärtusorientatsiooniks on nende jaoks enesekehtestamine ning ka materiaalne kindlustatus ja heaolu (vt joonis 6.1). Hingelist tasakaalu leiavad nad kõige vähemalt kirjeldatud elulaadi tüüpidele omasel viisil, muusikat kuulates ja looduses viibides (vt lisatabel 6.5).

Ühes hasartsesse, meelelahutuslikku elulaadi kuuluvatele inimestele on omane optimistlik eluhoiak – nad usuvad, et nende elu ja areng Eestis lähevad paremuse suunas (vt lisatabel 6.3). Pool aga arvab, et nende elu jääb samaks, midagi ei muutu või ei oska nad tulevikku ette näha. Antud tüüp on suhteliselt mobiilne, kuid rohkem eelistatakse ringi käia välismaal kui Eestisiseselt. Nende keelteoskus ja võõrkeelte kasutamise ulatus on valdavalt suur või väga suur. Siia tüüpi kuuluvad inimesed on üldiselt avatud teistele kultuuridele ja tunnevad huvi uudiste vastu teistest maadest (avatus ja huvi suur või väga suur vastavalt 42% ja 37%), kuid isiklikud kontaktid teiste maadega on suured või väga suured vaid veerandil siia tüüpi kuuluvatest indiviididest.

Vaadeldav tüüp on rahaliselt suhteliselt jõukas ja nad ei pea loobuma vajalikust. Ka oma sissetulekute poolest on nad suhteliselt rikkamad kui teiste elulaadi tüüpide esindajad (rohkem kui kolmandikul on sissetulek pereliikme kohta rohkem kui 4000 krooni kuus). Kahel kolmandikul puudub küll ettevõtlikkus, kuid rohkem kui kolmandik on aktiivsed lisateenistuse hankimisel.

Hasartne, meelelahutuslik elulaad pole tarbimislikult ükskõikne. Viiendikule on omane tugev või väga tugev konsumerism ja kolmandik on suurel või väga suurel määral orienteeritud elukeskkonna uuendamisele. Nende jaoks on olmetehnika, kodu sisustamine ja kommunikatsioonitehnika omamine märkimisväärselt olulisemad kui kultuurivara omamine. Kui poolel on kodus kommunikatsioonitehnikat palju või väga palju ning veerandil vähe või väga vähe, siis kultuurivara omamisel on see suhe vastupidine.

Sotsiaalse staatuse poolest hindab veerand end kuuluvat kõrgkihti, veerand kõrgemasse keskkihti ja veerand keskkihti.

5.4. Tehniliselt harrastuslik elulaad

Elulaadi selle tüübi põhitunnuseks on tegelemine vabal ajal tehniliste harrastustega, mootorsõidukite, filmimise, video- ja muusikasalvestamisega, samuti huvi matkamise ja looduse vastu. Nad eelistavad ajalehtede lugemist ajakirjade lugemisele ning Eesti ja Venemaa telekanalite kõrval vaatavad aktiivselt populaarteaduslikke telekanaleid (vt lisatabel 6.4). Televiisorit vaadates, muusikat kuulates, looduses viibides ning reisides leiavad nad ka hingelise tasakaalu.

Sarnaselt eelmisele, hasartsele elulaadi tüübile, on ka poolele tehniliselt harrastusliku elulaadi tüübi esindajatest omane optimistlik eluhoiak, kuid ei saa öelda, et ülejäänutele oleks omane pessimistlik eluhoiak. Pigem arvavad nad, et nende elu jääb samaks, midagi ei muutu või ei oska nad tulevikku ette näha. Samal ajal on ligi pool siia tüüpi kuuluvatest indiviididest viimase kümne aasta jooksul läbi teinud suured või väga suured elumuutused ja vaid kolmandiku hinnang muutustele on tugevalt või väga tugevalt positiivne (vt lisatabel 6.3).

Ka ettevõtlikkuse ja aktiivsuse poolest lisateenistuse hankimisel on tehniliselt harrastuslik elulaad sarnane eelmisele. Vaadeldav tüüp on samuti rahaliselt suhteliselt jõukas, st siia kuuluvad inimesed ei pea loobuma vajalikust, kuid nende sissetulekud on siiski väiksemad kui hasartses, meelelahutuslikus elulaadi tüübis.

Oma korteri meelepärasest sisustamisest ja kultuurivara omamisest on nende jaoks olulisem kommunikatsioonitehnika omamine. Kui elukeskkonna uuendamisele on orienteeritud tugevalt või väga tugevalt veidi rohkem kui veerand siia tüüpi kuuluvatest indiviididest ja kultuurivara omamine nii lapsepõlvekodus kui praeguses kodus on veidi rohkem kui kolmandikul suur või väga suur, siis kommunikatsioonitehnikat omavad suurel või väga suurel määral rohkem kui pool tehniliselt harrastusliku elulaadi esindajatest.

Sotsiaalse staatuse poolest hindab ligi kolmandik end kuuluvat keskkihti, 25% kõrgemasse keskkihti ja 21% madalamasse keskkihti.

5.5. Uue meedia, seltsielukeskne elulaad

Seda elulaadi tüüpi võib pidada kõige kaasaegsemaks elulaadiks. Siia kuuluvate inimeste elus on vägagi olulisel kohal arvutid, Internet ja seltsielu eelistatakse käia kinos, klubides, pidudel, pubides ja kohvikutes. Nii meelelahutust kui hingelist tasakaalu otsivad nad muusika kuulamisest, suhtlemisest lähedaste inimestega, tantsimisest ning spordi-timisest (vt lisatabelid 6.4 ja 6.5). Olulisteks väärtusorientatsioonideks on nende jaoks eneseteostamine ning materiaalne kindlustatus ja heaolu (joonis 6.1).

Antud tüüpi iseloomustab suhteliselt optimistlik eluhoiak, 39% on läbi elanud suured või väga suured elumuutused ja 40% hinnang muutustele on positiivne (vt lisatabel 6.3). Vaadeldes uue meedia, seltsielukeskse elulaadi liikuvust, võib öelda, et Eesti-siseselt on nad reisinud märkimisväärselt rohkem kui välismaal. Kui ligi poolel on Eestis reisides liikumine suur või väga suur, siis välismaal Eestit on liikuvus suur või väga suur vaid kolmel siia tüüpi kuulujatest. Samuti puudub kolmandikul huvi uudiste vastu teistest maadest. Samuti ajal kasutab rohkem kui kolmandik neist välismaid suurel või väga suurel määral, vaid 5% ei kasuta võõrkeeli ja 4%-l puudub võõrkeelte oskus.

Kolmandik uue meedia ja seltsielukeskse elulaadi kuuluvatest inimestest hindab end kuuluvat kõrgemasse keskkihti ja 22% kõrgkihti. Keskkihti arvab end kuuluvat 28%. Antud tüüpi iseloomustab suhteliselt jõukas, st nad ei pea loobuma vajalikust. Kuigi valdaval enamusel neist puudub ettevõtlikkus ja nad pole ka aktiivsed lisateenistuse hankimisel ning nende sissetulekud on suhteliselt tagasihoidlikud, pole nad tarbimislikult ükskõiksed ja omavad märkimisväärselt tugevalt konsumeristlikku eluhoiakut. Nende jaoks on meeldiv kaubanduskeskustes käimine, reklaami jälgimine ja teadlikkus kaubamärkidest.

Sarnaselt tehniliselt harrastuslikule elulaadi tüübile on ka uue meedia, seltsielukesksele elulaadi tüübile elukeskkonna uuendamisest ja kultuurivara omamisest olulisem kommunikatsioonitehnika omamine. Kui ligi poolel siia tüüpi kuuluvatest inimestest oli lapsepõlvekodus erinevaid raamatuid, originaalseid kunsti-, muusika- või tarbeesemeid suurel või väga suurel määral, siis praeguses kodus on kultuurivara suurel või väga suurel määral vähem kui kolmandikul. Kommunikatsioonitehnikat seevastu on palju või väga palju ligi poolel selle elulaadi harrastajatest. Muusikakeskuste, videoaparatuuri, arvutite jmt vastu pole tüüpikne valdav enamik uue meedia, seltsielulaskse elulaadi harrastajatest. Samal ajal on veidi rohkem kui viiendikule kommunikatsioonitehnika kättesaamatu.

5.6. Kodukeskne, traditsiooniline elulaad

Sellele traditsioonilisele elulaadile on omane praktiline aktiivsus koduses majapidamises: tegelemine aiatöö, käsitöö ja meisterdamisega. Siia tüüpi kuuluvad inimesed vaatavad ennekõike Eesti telelavalehti, loevad märkimisväärselt palju ajalehti ja ajakirju (vt lisatabel 6.4). Olulisteks väärtusorientatsiooniideks on nende jaoks hingeline tasakaal, teadlikkus ja füüsiline heaolu (vt joonis 6.1). Tasakaalu ja harmoonilise keskkonna leiavad nad oma kodu kaunistades ja korrastades, looduses ja lähedaste inimestega koos viibides (vt lisatabel 6.5).

Vaadeldav elulaadi tüüp on oma eluhoiaku poolest märkimisväärselt vähem optimistlik kui eelmised tüübid, poolel puudub optimistlik eluhoiak või on see vähene. Kolmandiku hinnang muutustele on siiski tugevalt või väga tugevalt positiivne (vt lisatabel 6.3). Pool sellesse elulaadi tüüpi kuuluvatest pole viimase kümne aasta jooksul kogenud olulisi elumuutusi. Samuti on kodukeskne traditsiooniline elulaadi tüüp märkimisväärselt vähem mobiilne kui eelmised tüübid. Eestist väljaspool seda on suurel või väga suurel määral käinud vaid veidi vähem kui veerand siia tüüpi kuuluvatest inimestest. Samal ajal aga on sellele iseloomulik avatus ja huvi teiste kultuuride ja rahvaste suhteliselt kõrge.

Üldistuseks, traditsiooniline elulaad ei ole ratsionaalsuslikult ükskõiksus, kuid väga suurel määral peab seda kuuluma vaid kümnendik siia tüüpi kuuluvatest inimestest. Võrreldes teiste elulaadi tüüpidega on siia tüüpi kuuluvad inimesed tarbimislikult ükskõiksemad. Nende jaoks pole iseloomulik raha kulutamine riietele, teeninduskultuurile ega olme- ja kommunikatsioonitehnika muretsemisele. Vaid kultuurivara omamise suhtes ei ole pool kodukeskse, traditsioonilise elulaadi harrastajatest ükskõiksed ja ligi kolmandikul on kodus suurel või väga suurel määral kultuurivara.

Sotsiaalse staatuse poolest hindab veidi rohkem kui kolmandik end kuuluvat keskkihti ja veerand madalamasse keskkihti.

5.7. Kirjasõnakeskne, traditsiooniline elulaad

See traditsiooniline elulaad on eelmisega võrreldes tunduvalt passiivsem. Kirjasõnakeskse, traditsioonilise elulaadi moodustavad inimesed, kes eelistavad vabal ajal ennekõike lugeda ilukirjanduslikke raamatuid ja lahendada ristsõnu. Keskmisest rohkem vaadatakse televiisorit, kusjuures Eesti kanalitest on olulisemad Venemaa kanalid. Meelt lahutada eelistatakse teatris, kinos ja kontserdil käies (vt lisatabel 6.4). Vägagi oluliseks väärtusorientatsiooniks on sellele elulaadile hingeline tasakaal (vt joonis 6.1). Meeldivaid elamusi, tasakaalu ja harmoonilist keskkonda leitakse raamatut lugedes, aga ka muusikat kuulates ja looduses viibides (vt lisatabel 6.5).

Kirjasõnakeskset traditsioonilist elulaadi iseloomustab suhteliselt pessimistlik eluhoiak (vt lisatabel 6.3). Poolel puuduvad viimase kümne aasta jooksul suured elumuutused, positiivselt hindab elumuutusi vaid veidi vähem kui veerand inimestest. Nende elu on koondunud valdavalt kodu ümbrusesse. Eestis on suurel või väga suurel määral ringi liikunud vaid 10% siia tüüpi kuuluvatest inimestest, väljaspool Eestit on käinud suurel või väga suurel määral 21%. Kolmandik neist tunneb huvi uudiste vastu teistest maadest ja on üldiselt avatud teistele kultuuridele. Viiendik kasutab võõrkeeli suurel või väga suurel määral.

See tüüp on rahaliselt suhteliselt vaene, 41%-l jäävad sissetulekud alla 1500 krooni inimese kohta kuus ja viiendik peab väga suurel määral loobuma vajalikust. Valdaval enamikul puudub ka aktiivsus lisateenistuse hankimisel ja ettevõtlikkus.

Siiski pole veerand siia tüüpi kuuluvatest inimestest tarbimislikult ükskõiksed. Nii kultuurivara kui kommunikatsioonitehnikat omab kodus suurel või väga suurel määral ligi kolmandik kirjasõnakeskse, traditsioonilise elulaadi harrastajatest. Kui kommunikatsioonitehnika omandamise suhtes on ükskõikne veerand antud tüüpi kuuluvatest inimestest, siis kultuurivara omandamise suhtes on seda vaid 6%.

Sarnaselt eelmisele traditsioonilisele elulaadi tüübile hindab ka siia kuuluvatest inimestest veidi rohkem kui kolmandik end kuuluvat keskkihti ja 28% madalamasse keskkihti.

5.8. Passiivne elulaad

Antud elulaadile on omane keskmisest madalam aktiivsus kõikides valdkondades. Meelelahutuseks eelistavad siia tüüpi kuuluvad inimesed enamikõike vaadata televiisorit või suhelda lähedaste inimestega (vt lisatabel 6.4). Oluliseks väärtusorientatsiooniks on nende jaoks hingeline tasakaal (vt joonis 6.1). Meeldivate elamuste saamisel on neile olulised televiisori vaatamine ja lähedastega koos viibimine (vt lisatabel 6.5).

Passiivne elulaadi tüüp on eluhoiaku ja elumuutuste poolest sarnane kirjasõnakesksele, traditsioonilisele elulaadile (vt lisatabel 6.3). Ka oma mobiilsuse poolest on antud tüüp sarnane eelmisele, ent kui kirjasõnakeskse, traditsioonilise elulaadi esindajad on üldiselt avatud teistele kultuuridele ja tunnevad huvi uudiste vastu teistest maadest, siis passiivse elulaadi puhul on need näitajad väga väikesed. Valdaval enamikul puudub võõrkeelte oskus või on see vähene ning ka võõrkeelte kasutamise ulatus on väga väike.

Vaadeldava tüübi sissetulekud on väga väikesed ja paljud peavad suurel või väga suurel määral loobuma vajalikust. Vaid veidi rohkem kui kümnendikul on kodus kultuurivara ja kommunikatsioonitehnikat suurel või väga suurel määral. Kui 44% passiivse elulaadi harrastajatest on suurel või väga suurel määral ükskõiksed kommunikatsioonitehnika omandamise suhtes, siis kultuurivara omandamise suhtes on seda vaid 3%.

Ligi poolel puudub konsumeristlik eluhoiak ja nad on tarbimislikult vägagi ükskõiksed. Nende jaoks pole oluline raha kulutamine eluasemele, olmetehnikale, riietele, teenindusele ega vaba aja tegevustele. Vaadeldava tüübi passiivsus väljendub ka ettevõtlikkuses ja lisateenistuse hankimisel. Veerand sellesse elulaadi tüüpi kuuluvatest inimestest hindab end kuuluvat madalkihti ja teine neljandik madalamasse keskkihti. Keskkihti arvab end kuuluvat kolmandik.

Kokkuvõte

Eelnevast analüüsist võis näha, kuivõrd erinevad on oma sotsiaal-demograafiliste näitajate, elutingimuste, hoiakute ja suhtumiste poolest Eesti elanikkonna elulaadi tüübid. Lähtudes erinevate tegevuste aktiivsusest erinevates tegevusvaldkondades, võib esimesed viis tüüpi liigitada aktiivseteks, viimased kolm aga passiivseteks elulaadi tüüpideks. Aktiivsed elulaadi tüübid võib omakorda oma huvide mitmekesisuse poolest jaotada kõige üldisemalt kaheks. Esimese grupi moodustavad inimesed, kelle huvide ring on väga lai: mitmekülgselt aktiivne ja tööle orienteeritud, kultuurilembeline elulaad. Teise rühma moodustavad aga kindlate huvide ja harrastustega inimesed: hasartne, meelelahutuslik, tehniliselt harrastuslik ja uue meedia, seltsielukeskne elulaad.

Esimesele rühmale on omane optimistlik eluhoiak, väärtusorientatsioonide poolest on neile olulised enesekehtestamine ning isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal. Nad on väga rohkelt ringi liikunud nii Eesti-siseselt kui välismaal, on avatud teistele kultuuridele, huvituvad teiste maade uudistest, oskavad ja kasutavad aktiivselt võõrkeeli. Mitmekülgselt aktiivse ja tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi esindajad on orienteeritud elukeskkonna uuendamisele. Rohkem kui kolmandik neist elab uutes või viimasel kümnendil remonditud majades, 60% omab autot. Neile on iseloomulik tugev või väga tugev konsumerism ning nad pole tarbimislikult ükskõiksed. Võrreldes teiste elulaadi tüüpidega omavad nad kodus silmapaistvalt rohkem nii kommunikatsioonitehnikat kui kultuurivara. Kui mitmekülgselt aktiivses elulaadi tüübis on mehi ja naisi enam-vähem võrdselt, siis tööle orienteeritud, kultuurilembelise elulaadi tüübi moodustavad kahe kolmandiku osas naised. Samuti on viimane elulaad keskealistele, kõrgema haridusega ja jõukamatele inimestele rohkem omane kui mitmekülgselt aktiivne elulaad.

Kindlate, spetsiifiliste huvidega elulaadi tüüpidele on võrreldes eelpool kirjeldatud aktiivsete elulaadi tüüpidega omane suhteliselt vähem optimistlik eluhoiak, kuid ei saa öelda, et nad omaks pessimistlikku eluhoiakut. Pigem ei oska nad tulevikku ette näha või arvavad, et midagi ei muutu. Kõik sellesse tüüpi kuuluvad indiviidid väärtustavad enesekehtestamist, hasartse, meelelahutusliku ja uue meedia, seltsielukeskse elulaadi harrastajate jaoks on väga oluline ka materiaalne kindlustatus ja heaolu. Vaadeldavad aktiivsed elulaadid on suhteliselt mobiilsed. Kui hasartse, meelelahutusliku elulaadi tüübi esindajad eelistavad rohkem reisida välismaal kui Eesti-siseselt, siis uue meedia, seltsielukeskse elulaadi puhul on see suhe vastupidine.

Spetsiifiliste huvidega aktiivsetes elulaadi tüüpides leidub tarbimislikult suhteliselt ükskõiksemaid inimesi, aga ka suhteliselt palju neid, kes pole ükskõiksed ühegi kauba või teenuse suhtes. Omanäolisus tuleneb meelepärasest sisustamisest, olmetehnikast ja kultuurivara omamisest on nende jaoks märksa väärselt olulisem kommunikatsioonitehnika omamine. Kui hasartse, meelelahutusliku ja tehniliselt harrastusliku elulaadi moodustavad valdavalt meesterahvad, siis uue meedia, seltsielukeskse elulaadis on meeste ja naiste osakaal enam-vähem

muretsemisele. Vaid kultuurivara omamise suhtes ei ole siia rühma kuuluvad indiviidid ükskõiksed. Kõik passiivsed elulaadi tüübid on omased rohkem vanemaealistele naisterahvastele, kirjasõnakeskne, traditsiooniline elulaad veidi enam vene keelt kõnelevale elanikkonnale.

Kasutatud kirjandus

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bourdieu, P. (2003). *Praktilised põhjused*. Tallinn: Tänapäev.

Hion, E., Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1988). *Meie muutuv elulaad*. Tallinn: Eesti Raamat.

Reimer, B. (1994). *The Most Common of Practices: On Mass Media Use in Late Modernity*. Stockholm: Grafikerna i Kungälv.

Rosengren, K.-E. (1997). Agency and Structure, Contunuity and Change. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. with Rosengren, K.-E. & Weibull, L. (Eds), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press, 9–24.

Vihalemm, P. (1981). Elulaadi mõistest ja empiirilistest uurimustest. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Elulaad ja elukeskkond*. Tallinn: Eesti Raamat, 5–17.

Weber, M. (2002). *Võimu ja religiooni sotsioloogiast*. Tallinn: Vagabund.

7.

INIMESED KULTUURIVÄLJAL: AKTIIVSUS JA EELISTUSED

Maarja Lõhmus, Marju Lauristin, Rauno Salupere

Sissejuhatus

Käesolevas peatükis vaatleme, kuidas on Eesti ühiskonna struktuurimuutus mõjutanud Eesti elanikkonna kultuurisuhet ja kultuuritarbimist. Kultuuri vaatleme siinkohal mitte sotsiaalantropoloogilises tähenduses (väärtuste, traditsioonide, normide, rituaalidena), vaid kitsamas tähenduses kui uuemat loomingu ja selle leviku ning tarbimise valdkonda. Peatüki fookuses on inimeste üldised kultuurihuvid. Nende analüüsimisel püüame vastata küsimusele, kuidas jagunevad Eesti elanikud oma kultuurisuhte alusel, selle põhjal, kes millist tüüpi kultuuri tarbijana eelistab. Uurime ka, kuidas mõjutavad inimeste ressursid nende kultuuriaktiivsust ja eelistusi.

Meie analüüsi taustaks on Eesti sotsioloogide varasemad kultuuritarbimist käsitlevad uuringud (Lauristin & Vihalemm 1985, 1986; Järve 1988, 1989; Narusk 1994), mis näitasid, et nõukogude ühiskonnas oli aktiivne kultuurisuhe omane enamikule vestlastest, kultuuritarbimine asendas paljuski teisi nõukogude süsteemis kättesaamatuid eneserealisatsiooni viise. Nõukogude perioodi kultuuritarbimist iseloomustavad inimeste suur lugemisharjumus, suured kodused raamatukogud, mitmekülgne ilu- või muusikaharrastus jms. 1970.–1980. aastate kultuuritarbimise analüüsi põhjal on loodud tüpoloogiaid, mis eristasid kultuuritarbimist aktiivsuse ja valikulisuse alusel (nt Lauristin & Vihalemm 1985, 1986).

Eesti iseseisvumise järgne kultuurisituatsioon muutumises 1980. aastatega muutunud nii kultuuritoojate kui kultuuri tarbijate jaoks. Suurenenud mitmekesisus ja valikuvabadus, kuid mitmekesisemaks on muutunud ka kõigi teiste valdkondade võimalused inimeste aktiivsuse rakendamiseks. Kultuuri roll nii ühiskonnas kui isiklikul tasandil on muutunud väiksemaks, kultuuriväli on kokku tõmbunud, tehes ruumi majanduslikule ja poliitilisele väljale. Kultuuri, nagu ka kõiki teisi valdkondi on sügavalt mõjutanud turusuhete domineerimine ühiskonna üle, mis on kommertsialiseerinud nii kultuuriloomet kui kultuuritarbimist. Tarbimisühiskonna mallid soodustavad kultuuri käsitlemist kaubana, millel on mitte (ainult) esteetiline väärtus, vaid ka võime toota muudes eluvaldkondades kasutatavat sümbolilist ja sotsiaalset kapitali ning funktsioneerida tarbeesemetega sarnaselt nii argielu vajaduste rahuldajana kui grupiidentiteedi kujundajana (vt ka 12. peatükk).

Kultuurisotsioloogilistes uuringutes domineerinud modernistlik käsitlus kultuuri ja inimeste kultuurikäitumise kohta on lähtunud sellest, et kultuuris eristuvad selgesti nn kõrgkultuur ehk päriskultuur ning madalkultuur ehk massikultuur. Kultuuris osalemise kvaliteeti on hinnatud eelkõige kui võimet osaleda kõrgkultuuris, nautida esteetiliselt nõudlikku kirjandust, "tõsist" muusikat, kunstiliselt väärtuslikku kujutavat ja teatrikunsti. Madal kultuur on tähendanud lihtsakoelisemale maitsele kohandatud massikultuuri toodete eelistamist ja popkultuuri harrastamist. Selle lähenemise üks mõjukamauid esindajaid Herbert J. Gans (1999) on ameeriklaste kultuurimaitseid eritlenud hierarhiliste maitsekihtide süsteemina:

A. kõrge kultiveeritud kultuurimaitse, mida iseloomustab esteetiliste, loominguliste kriteeriumide domineerimine pragmaatiliste ja sotsiaalsete ees;

B. kõrgem keskklassi kultuurimaitse, mis orienteerub kõrgema maitsekihi esteetilistele väärtustele, kuid eelistab "soliidset", "klassikalist" otsingulisele;

C. keskklassi maitse ehk nn *mainstream*, millele on iseloomulik sotsiaalselt sobiva, üldtunnustatud ning "meeldiva" eelistamine;

D. madala keskklassi maitse, mis lähtub kunsti hindamisel elulähedusest ja moraali kriteeriumidest;

E. madal kultuurimaitse, mis suhtub kultuuri kui meelelahutusse, põneva läbielamise ja seksuaalsete elamuste pakkujasse;

F. hierarhilisest skaalast eraldiseisev alternatiivsele kultuurile või ehedale pärimuskultuurile orienteeritud maitse.

Teatud määral on maitsekihtide hierarhiline mudel kasutatav ka meie ankeedis esitatud erinevate kunstižanride eelistamise interpreteerimisel.

Modernismi taandumisega postmodernsete arusaamade ees on vähenenud sellise hierarhilise kultuurieelistuste mudeli mõju. On ähmastunud piir "esteetilise" ja "meelelahutusliku" vahel, järjest enam on popkultuuri klassikalisemaid esindajaid käsitletud võrdväärselt "kõrgkultuuriga", on tunnistatud erinevate maitsekihistuste segunemist nii individuaalses kui erinevate ühiskonnagruppide kultuurisuhtes.

Kaasaja kultuurisotsioloogiale on kõige määravamat mõju avaldanud Pierre Bourdieu käsitlus kultuurist kui väljast, millel ei ole ühemõõtmelist hierarhilist iseloomu, vaid millel osalejad suhestuvad üksteisega dünaamiliselt läbi vastastikuse sümboolse eristumise (Bourdieu 1992). Seega pole oluline mitte etteantud kvaliteetidest lähtuv kultuurieelistuse hierarhiline klassifitseerimine, vaid erinevaid sotsiaalseid rühmi eristavate kultuuris osalemise vormide ja maitse-eelistuste kõrvutamine, püüdmaks määrata nende vastastikust asendit kultuuriväljal. Samas on Bourdieu ise andnud võimaluse ka kultuurikihistumise analüüsiks, rääkides kultuurilisest kapitalist kui ebavõrdselt jaotunud ressursist kultuuriväljal teatud positsiooni saavutamiseks. Kaardistades prantslaste 1970. aastate kultuuritarbimise ruumi, seal levinud nn dominantseid maitseid ja nende seotust klassikuuluvuse, hariduse, jõukuse ning sotsiaalse päritoluga, on Bourdieu tõestanud, et kuigi maitseotsustused on individuaalsed, on võimalik empiiriliste uurimuste kaudu eristada domineerivaid maitserühmi, mille taustaks on erinevad sotsiokultuurilised praktikad, ning leida seoseid sotsiaalse ja kultuurilise kihistumise vahel.

Järgides Bourdieu metodoloogiat, on Malle Järve (2004) esitanud kaasaegse Eesti ühiskonna kultuuritarbimise jaotuse neljaks tüübiks: nii majanduslikult kui kultuuriliselt rikkad; kultuuriliselt rikkad, kuid majanduslikult vaesed; majanduslikult rikkad, kuid kultuuriliselt vaesed; vaesed nii kultuuriliselt kui majanduslikult. Selline tüpoloogia on kahe kapitalitelje, kultuurilise ja majandusliku, koosvaatlemise loogiline tulemus. Mida enam on see skeem täitunud konkreetsete maitse-eelistuste ning majandusliku ja sotsiaalse kapitali erinevate liikide detailsema eritlemisega, seda sisukama pildi selline lähenemine ühiskonnast annab.

Lõpuks rõhutame kultuuritarbimise puhul kultuurikoodide ja sümbolilise keskkonna tundmise vajalikkust. Kultuuriteoreetiliselt (nt Lotman 1991) on vaadeldud kultuuri kui identiteeti kujundamise süsteemi. Kunst kui "sekundaarne modelleeriv süsteem" (Lotman 1991) on keeruline semiootiline struktuur, mis eeldab kunsti "keele" ehk koodide süsteemi valdamist. Sotsiosemiootilise lähenemise seisukohalt kujundab kultuuri "tarbimine" inimese identiteeti ja suhestab inimest tema keskkonnaga, mis aga selle enesestmõistetavuse tõttu võib olla märkamatu.

Ka uuringus *Mina. Maailm. Meedia* on lähtekohaks Bourdieu ideestik kultuurivälja, majandusvälja ning sotsiaalsete suhete välja eristumisest ning igal neist väljadest omandatud positsioonide muutumisest isiku kapitaliks, mida ta saab kasutada oma eesmärkide saavutamiseks. Meie uurimise fookus on suunatud kultuurihuvide, kultuuri tundmise, harrastamise ja maitse-eelistuste kujundistamisele Eestis. Millised on kultuuris osalemiseks vajalikud ressursid ja millised kultuuritarbimise praktikad ja maitse-eelistused on kaasaja Eestis eristatavad? Kirjeldamaks isikute asetust kultuuriväljal (kultuurisuhet), oleme kasutanud kolme erinevat laadi tunnuseid: a) ressursside olemasolu (haridust, kultuurivara omamist lapsepõlvekodus ja praeguses kodus); b) aktiivsust (huvikogemust) harrastajana ning tarbijana kultuurisfääris osalemisel; c) konkreetsetes kultuurivaldkondades ilmutatavat valikuvõimet erineva kvaliteediga kunstinähtuste vahel ning valikute mitmekesisust (vt ka 13. peatükk).

Kultuurisuhe on meile huvi pakkuv nii isiksusena kui ka seoses elulaadi, meediatarbimise, poliitilise aktiivsusega.

Käesolev peatükk jaguneb neljaks osaks. Esimeses osas vaatleme kultuurilise sättumuse kujunemise eeldusi, nii inimeste materiaalseid ressursse kui ka varasema elu jooksul akumuleerunud kultuurikogemust. Teises osa käsitleme inimeste harrastusi-kultuuritegevusi. Kolmandas osas anname ülevaate erinevatest huvidest (sh raamatu-, filmi-, muusika-, ka üldistest teemahuvidest) ja maitseorientatsioonidest erinevates kultuurivaldkondades. Neljandas osas esitame üldise kultuurisuhete tüpoloogia ning kirjeldame seda erinevate tunnuste taustal. Uurime vastajate kultuuritarbimise aktiivsust, mitmekülgsust, kasutatavate kunstižanride koodide "keerulisust", samuti inimese üldist valmisolekut, ressurssi kultuuritarbimisel ja selles osalemisel.

Analüüsis oleme peamiselt kasutanud arvulisi küsimusi, mis puudutavad raamatuhuvi [illegible]

Tabel 7.1. Raha jätkumine erinevateks vajadusteks ja tegevusteks

Kuivõrd teie perel jätkub raha erinevate vajaduste ja harrastuste-tegevuste katteks?; pingerida vastuste % alusel; N = 1470

	Üldiselt jätkub		Ei vaja seda, ei kuluta sellele		Ei jätku, oleme pidanud loobuma	
1.	Korralikuks toitumiseks	72	Sportimiseks	34	Reisimiseks	45
2.	Eluaseme kuludeks (küte, vesi jne)	69	Laste harrastusteks	32	Auto ostmiseks, uuendamiseks	44
3.	Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	55	Kohvikus, restoranis käimiseks	31	Korteri meelepäraseks sisustamiseks	41
4.	Oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms)	40	**Õppimiseks, enesetäiendamiseks**	**30**	Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	38
5.	Riiete ostmiseks	34	Laste koolitamiseks	29	Remondiks	36
6.	Laste koolitamiseks	33	Auto ostmiseks, uuendamiseks	28	Lähisugulaste toetamiseks	33
7.	**Ajakirjanduse tellimiseks**	**28**	Auto hooldamiseks, sõitmiseks	27	Uue olmetehnika muretsemiseks (tv, külmkapp, mikrolaineahi jne)	32
8.	Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	26	Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	26	**Ajakirjanduse tellimiseks**	**28**
9.	Laste harrastusteks	24	Lähisugulaste toetamiseks	21	Kohvikus, restoranis käimiseks	26
10.	**Õppimiseks, enesetäiendamiseks**	**20**	Reisimiseks	19	**Raamatute ostmiseks**	**26**
11.	**Meelelahutuseks, harrastusteks**	**19**	**Ajakirjanduse tellimiseks**	**19**	**Teatris, kontseril käimiseks**	**25**
12.	**Teatris, kontseril käimiseks**	**19**	**Meelelahutuseks, harrastusteks**	**15**	**Meelelahutuseks, harrastusteks**	**25**
13.	Sportimiseks	19	**Teatris, kontserdil käimiseks**	**14**	Sportimiseks	25
14.	Auto hooldamiseks, sõitmiseks	18	**Raamatute ostmiseks**	**13**	**Õppimiseks, enesetäiendamiseks**	**23**
15.	**Raamatute ostmiseks**	**18**	Korteri meelepäraseks sisustamiseks	10	Auto hooldamiseks, sõitmiseks	21
16.	Uue olmetehnika muretsemiseks (tv, külmkapp, mikrolaineahi jne)	15	Oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms)	9	Oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms)	19
17.	Kohvikus, restoranis käimiseks	14	Uue olmetehnika muretsemiseks (tv, külmkapp, mikrolaineahi jne)	9	Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	18
18.	Lähisugulaste toetamiseks	12	Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	7	Riiete ostmiseks	14
19.	Remondiks	11	Remondiks	5	Laste harrastusteks	12
20.	Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	10	Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	3	Laste koolitamiseks	8
21.	Korteri meelepäraseks sisustamiseks	9	Riiete ostmiseks	2	Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	8
22.	Reisimiseks	8	Eluaseme kuludeks (küte, vesi jne)	1	Korralikuks toitumiseks	3
23.	Auto ostmiseks, uuendamiseks	6	Korralikuks toitumiseks	0	Eluaseme kuludeks (küte, vesi jne)	2

Paksu kirjaga on esile tõstetud kultuurilised tegevused.

III, muusikamaitseid (küsimused 356–396), filmimaitseid (küsimused 319–348) ning teemahuve (küsimus 679).

Ressursid, osalemisvõimalused ja osalus

Järgnevalt vaatleme majandusliku kapitali olemasolu kultuuritarbimise võimalusi erinevates rühmades.

Oletame, et kui nõukogude perioodil ei omanud materiaalne ressurss inimeste elus ja tegevuses olulist tähendust ning kultuurisuhte aktiivsus oli üks kesksemaid elulaadi kujundajaid (vt Lauristin & Vihalemm 1986), siis kaasaja turumajanduslikus keskkonnas on ka kultuuriaktiivsus tugevasti mõjutatud majanduslike võimaluste olemasolust nii kultuuri loomiseks kui kultuuri tarbimiseks.

Küsimustikus sisaldunud tabel raha jätkumise kohta erinevate vajaduste rahuldamiseks (tabel 7.1, vrd ka tabel 12.1) andis meile võimaluse näha kultuuritarbimise kohta teiste vajaduste seas ning seda, kuivõrd on nende vajaduste rahuldamine pärsitud rahapuudusest.

Tabeli 7.1 põhjal saame tuletada inimeste vajaduste ja võimaluste vahekorra. Näeme, et esmatähtsaks peab inimene eksistentsiaalsete vajaduste rahuldamist (sh korralik toitumine, eluase, tervis, välimus), kultuurivajadused asetsevad nii olulisuselt kui loobumise kerguselt vajaduste loetelu keskosas.

Selgub ka, et kultuurivajadusteks (raamatute ostmiseks, teatris, kontserdil käimiseks) piisab raha vaid viiendikul vastanuist. Kultuurivajaduste peale kulutamist on pidanud piirama või kulutamisest loobuma keskmiselt neljandik vastanuid. Tunduvalt vähem on neid (ca 14%), kes väidavad, et neil üldse puudub vajadus kulutada raha selleks, et osta raamatuid, käia teatris või kontserdil.

Kui keskmiselt väidab raamatu ostmiseks raha jätkuvat 18% vastanutest, siis eestlaste seas arvab nii isegi väiksem osa (14%), venekeelsete vastajate seas on aga neid, kel raha raamatute jaoks piisab, isegi veerand (lisatabel 7.1). Ilmselt on selle erinevuse taga siiski mitte eestlaste väiksem huvi raamatute ostmise vastu, vaid eestikeelse raamatu kõrgem müügihind võrreldes Eestis kättesaadavate või Venemaalt toodavate venekeelsete raamatutega. Raamatute ostmisest on pidanud rahapuuduse tõttu loobuma neljandik inimesi (eestlastest 25%, venekeelsetest vastajatest 28%). Naistest märgib loobumist 31% ja meestest 21% vastanuist. Vanuse kasvades vajaduse rahuldamatus kasvab, 65–74-aastaste vastanute rühmas on raamatuostmisest loobunuid 41%. Raamatute ostmise vajadus eristub rahvuslikult: venekeelsetel vastajatel on raamat vajaduste pingereas tähtsuselt 7. kohal, eestlastel vastavalt 16.–17. kohal (lisatabel 7.1).

2. Kultuurivara omamine praeguses kodus ja lapsepõlvekodus

Kodu on inimese kujunemisel otsustavalt tähtis, sest kodukeskkond kujundab väärtussüsteemi ja toimimise, sellest saab alguse hilisema tegevuse struktuur. Lapsepõlvekodus olemas olnud kunstivara ja kultuurivahendid on see kogemuslik ressurss, mis mõjutab inimese üldist kultuuritundmist ja -harrastamist. Eestlaste kodudes on olnud palju erinevaid pille ja ka kunstitöid, paljudel on olnud suhteliselt suured koduraamatukogud. Üldise pildi kultuurivarade kui ressursi omamise kohta lapsepõlvekodus annab tabel 7.2.

Heidame pilgu kõige üldlevinumate kultuurivarade grupile, mida võis leida enam kui 40%-s kodudest ning mida võib käsitleda praeguse Eesti elanikkonna kodust kultuurikeskkonda üldisemalt ilmestanud elementidena (tabel 7.2). Näeme, et üldlevinuim kultuurivara on palju igasuguseid raamatuid ja vanad ajakirjad (vastavalt [illegible] 59%-s kodudes). Kuna ankeedis [illegible] kultuurivarade hulka konkreetselt, [illegible] taabi määratlemine subjektiivne, st "palju" [illegible] tuid võib tähendada erinevate [illegible]

Tabel 7.2. Kultuurivarade olemasolu lapsepõlvekodus

% koguvalimist

	Oli
Palju igasuguseid raamatuid	70
Vanad ajakirjad	59
Loodusraamatud	48
Piibel	45
Luuleraamatud	44
Entsüklopeedia	41
Pildialbumid ja raamatud kaugetest maadest ja ajaloost	38
Vanaaegsed iluasjad, tarbeesemed, pildid, käsitöö, tööriistad	38
Muusikariistad	32
Plaatide, CD-de, videokassettide kogu	31
Kunstiraamatud, kunstialbumid	27
Kangasteljed	23
Teaduslikud, filosoofilised raamatud	23
Disainitud või käsitsi meisterdatud mööbel	16
Rahvariided	16
Originaalkunstiteoseid (maalid, graafika, skulptuurid, tarbekunst)	14

Tabel 7.3. Raamatute olemasolu praeguses kodus (eesti- ja venekeelsete vastajate seas)

% rühmast

	Keel		Kogu-valim
	Eesti	Vene	
Palju igasuguseid raamatuid			
On	64	75	68
Ei ole, tahaksin, et oleks	23	13	19
Ei ole ega taha	7	3	5
Entsüklopeedia			
On	69	48	62
Ei ole, tahaksin, et oleks	22	33	26
Ei ole ega taha	5	6	6
Piibel			
On	66	63	64
Ei ole, tahaksin, et oleks	8	14	10
Ei ole ega taha	20	12	17
Luuleraamatud			
On	53	56	54
Ei ole, tahaksin, et oleks	10	11	11
Ei ole ega taha	28	19	25

Tabel 7.4. Aktiivsed kultuuriharrastused varem ja praegu

Pingerida vastuste % alusel

Tegelesin varem, olen kunagi proovinud			Tegelen praegu		
1.	Näitemäng või tantsimine	53	1.	Fotograafia	14
2.	Laulmine kooris, ansamblis	50	2.	Kodukujundus, lilleseade	13
3.	Joonistamine, maalimine	42	3.	Ehisaiandus, maastikukujundus	11
4.	Päevikupidamine, märkmed oma elust	37	4.	Kunstkäsitöö	8
5.	Fotograafia	33	5.-6.	Päevikupidamine, märkmed oma elust	7
6.	Luuletuste, juttude kirjutamine	30		Joonistamine, maalimine	7
7.	Voolimine, nikerdamine	29	7.	Pillimäng	6
8.	Pillimäng	27	8.-11.	Artiklite, arvustuste, uurimuste kirjutamine	5
9.	Kunstkäsitöö	27		Näitemäng või tantsimine	5
10.	Kodukujundus, lilleseade	23		Mood, rõivakujundus	5
11.	Laulusõnade kirjutamine	16		Laulmine kooris, ansamblis	5
12.	Artiklite, arvustuste, uurimuste kirjutamine	15	12.-14.	Luuletuste, juttude kirjutamine	4
13.	Ehisaiandus, maastikukujundus	12		Film, video	4
14.	Mood, rõivakujundus	12		Voolimine, nikerdamine	4
15.	Film, video	9	15.	Laulusõnade tegemine	3
16.	Muusika, pillilugude kirjutamine	5	16.	Muusika, pillilugude kirjutamine	2

evad hulka raamatuid. Tüüpiliselt on koduses- kultuurivaramusse kuulunud entsüklopeedia (41%), luulekogud (44%), loodusraamatud (48%) ja Piibel (45%). Kultuurivara hulka, mida leidus 35–40% vastanute lapsepõlvekodus, kuuluvad erinevad muusikariistad, pildialbumid, kunstialbumid, vanaaegsed ilu- ja tarbeesemed ning muusikafonokogud. Veelgi spetsiifilisem kultuurivara, mida leidus alla 25%-s kodudest, on ühelt poolt mahukamad raamatud, filosoofiaraamatud (23%) ja originaalkunstiteosed (14%), teisalt aga traditsioonilist eesti rahvakultuuri esindavad kangastelgi (25%), rahvariided (16%) ja käsitsi meistritud mööbel (18%).

Kuue kolmandikku eestikeelsetest ja kolmveerandi venekeelsele ankeedile vastanuist väidab, et kodus on piisavalt raamatuid (tabel 7.3). Viiendik eestikeelsetest vastanutest arvab, et kuigi praegu on palju raamatuid, soovivad nad, et neil oleks rohkem raamatuid. On tähelepanuväärne, et ligi iga kolmandikku vastajatest omab kodus Piiblit. Siinjuures osal eestikeelsetest vastajatest ning ligikaudu venekeelsetest vastajatest on koduriiulil entsüklopeedia.

Seega on meie tulemustest näha, et tunduvalt rohkemil eestlastest kui venekeelsetest vastajatel on kodus, mis kannab edasi traditsioonilist rahvuslikku kultuuritarbimise kogemust.

3. Varasemad ja praegused kultuuriharrastused

Olulise kultuuriressursi moodustab personaalne aktiivsete kultuuriharrastuste kogemus (tabel 7.4).

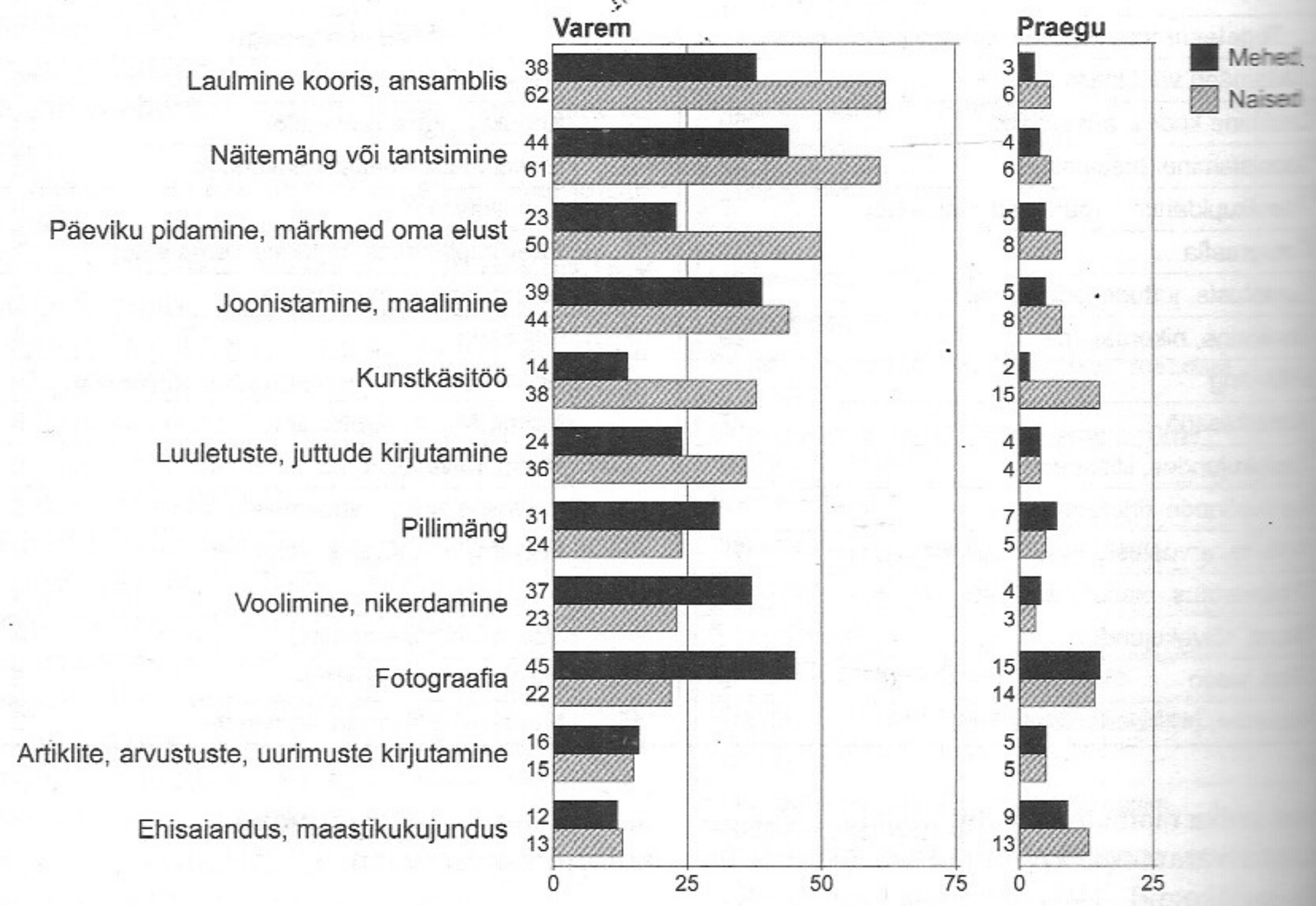
Pool vastanutest on varem tegelenud näitemängu või tantsimisega (53%) ja laulnud kooris või ansamblis (50%). See tähendab enamasti koolipõlves kogetud aktiivset kunstiharrastust. Näeme ka seda, et tänapäeval, praeguste tegevuste seas, pole aktiivsed kunstiharrastused enam loetelu eesotsas – selle koha on hõivanud praktilisem tegevus. Võib aga eeldada, et inimese varasemad harrastused ja tegevused säilitavad oma mõju akumuleeritud kultuurilise kapitalina ka tänapäeval.

Praeguste kultuuriharrastuste üldpilt näitab, kui paljudel vastanutest on praeguseks säilinud aktiivne harrastuslik kultuurisuhe. Enam diferentseerivateks teguriteks on nii haridus (mille suurenemisega suureneb keskmine harrastuste arv) kui ka sugu – naised tegelevad rohkemate harrastustega. Praegu on levinumad harrastused kodukujundus-aiandus (13%) ja fotograafia (14%). Laulukoorides-ansamblites jätkab 5% inimestest. Ülekantuna üldkogumile tähendab see u 30 000 inimest, kes moodustab eesti laulutraditsiooni hoidjate kandepinna.

Võimaluse võrrelda naiste ja meeste kultuuriharrastuste muutumist annab joonis 7.1. Tagasivaates rohkem naistele omaste harrastustena võime käsitleda laulukooris laulmist (62%), näitemängu ja tantsimisega tegelemist (61%), päevikupidamist (50%), kunstkäsitööd (38%). Mõnevõrra

Joonis 7.1. Meeste ja naiste aktiivsed kultuuriharrastused varem ja praegu

% meestest / naistest



Tabel 7.5a. Kultuuri- ja meelelahutus-harrastused vanuserühmades

Sageli või *vahetevahel* tegelejate % rühmast

	15–29	30–44	45–64	65–72
Käib kinos	50	26	11	9
Käib teatris	32	35	35	31
Käib näitustel	25	27	35	33
Käib raamatukogus	59	48	44	45
Käib kontserdil	52	51	50	34
Käib kirikus	20	30	39	40
Loeb ilukirjandust	50	67	77	79

Tabel 7.5b. Meeste ja naiste kultuuri- ja meelelahutusharrastused

Sageli või *vahetevahel* harrastajate % rühmast

	Mehed	Naised
Käib kinos	27	39
Käib teatris	29	39
Käib näitustel	28	37
Käib raamatukogus	44	65
Käib kontserdil	44	65
Käib kirikus	24	39
Loeb ilukirjandust	61	72
Loeb töö- ja huvialast kirjandust	72	46

rohkem mehi on tegelenud pillimängu (31%), voolimise ja nikerdamisega (37%) ning fotograafiaga (45%). Sooliselt enam-vähem võrdselt harrastati artiklite ja uurimuste kirjutamist (ilmselt koolitöö raames), joonistamist ja maalimist, ehisaiandust.

Torkab silma, et päevikupidamine, joonistamine ja näitlemine on eriti aktiivne nooruses, (s.o vanuses 15–19), kus sellega tegeleb või on tegelenud pea kolmandik vastanuist. Seevastu filmi- ja fotograafiaharrastus on aktiivne ka keskeas.

Lisaks praegustele ning möödunud aja isetegevuslikele harrastustele tundsime huvi ka kultuuritarbimise harjumuste vastu. Siingi ilmnesid ootuspärased erinevused vanuserühmades (tabel 7.5a): kui nooremad käivad rohkem raamatukogus ja kinos, siis vanemad loevad pigem raamatuid, käivad näitustel ja kirikus.

Nii nagu harrastuste puhul, paistab kultuuritarbimises silma naiste suurem aktiivsus esteetilise ja emotsionaalse sisuga kultuuris (tabel 7.5b). Võime eristada domineerivalt naiste või meeste kultuuritarbimisharjumusi: mehed loevad rohkem töö- ja huvialast kirjandust (37% naiste 64%), samas kui naised on aktiivsemad ilukirjanduse lugejad, raamatukogus, kontserdil, teatris ja kirikus käijad.

Kultuuritarbimise oluliseks eristajaks on ka sissetulekute erinevus: nendel, kelle sissetulek liikme kohta ulatub üle 4000 krooni, on

Tabel 7.5c. Kultuuri- ja meelelahutusharrastused sissetulekurühmades

Sageli või *vahetevahel* harrastajate % rühmast

	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Käib kinos	19	19	31	45	51
Käib teatris	21	31	41	50	58
Käib näitustel	21	31	33	34	50
Käib raamatukogus	54	47	53	46	35
Käib kontserdil	39	42	58	66	70
Käib kirikus	34	34	29	22	25
Loeb ilukirjandust	64	71	67	64	67
Loeb töö- ja huvialast kirjandust	60	67	71	77	88

…koduväliste harrastuste spekter (tabel 7.5c). …% vastanutest kõigis sissetulekurühmades …, et nad loevad *sageli* või *vahetevahel* nii tööalast kui ilukirjandust, kusjuures jõukamatel on …tusetus tööalasel kirjandusel (88% kõige kõrgemast sissetulekurühmast), vaesematel aga ilu…ndusel (71% 1501–2500-kroonise sissetulekugrupi…). Samas on teatris, kinos, kontsertidel, …käijaid vaesemates rühmades üle kahe …rdhem kui jõukates.

…ime tõdeda, et kultuuritarbimises süveneb …mahuline diferentseerumine. Siiski, kultuuri…suhteliselt lai levik kodudes, eriti säilinud …kodu raamatukogude traditsioon ning sa…ne aktiivne raamatukogude kasutamine ning te…ni ja raadio integratiivne kultuurilevitaja …ri 6 peatükk) lubavad väita, et kultuuritar…ne on säilitanud Eestis oma olulise ühiskonda …greeriva potentsiaali.

…lmselt see potentsiaal realiseerub konkreet…ervallisuses erinevates kunstilise kultuuri vald…ustes, vaatleme allpool, käsitledes raamatu-, …muusika- ning filmieelistusi.

…amatueelistuste üldpilt

…amatueelistuste püramiid

…Mainm. Meedia käsitleti raamatu…ed tasandil: raamatuliikide valikuna …ajamite tundmise ja hindamisena.

…ndmete vastustest küsimusele erinevate raa…matuliikide valiku kohta, järjestasime raamatud …ramiidiks (joonis 7.2). Lähtudes raamatu…ga seotud suhtumisest vastanute hulgas, võime …ud eelistused jagada nelja rühma, eristades …ige laiema huviliste ringi (35–40% …ud) peale huvipakkuvad (üldhuvi)raama…ud, millevõrra diferentseerituma nõud…lusega, suuremaid lugejarühmi (kolmandikku kuni veerandit) huvitavad raamatud, kolmandaks, väiksematele segmenteeritud rühmadele (15–24%) huvi pakkuvad raamatud, ning lõpuks, püramiidi tipu moodustavad, kitsa spetsialiseeritud lugejarühma jaoks (alla 15%) huvi pakkuvad raamatud (vt värvikoodid joonisel 7.2).

• Vastajatele esitatud nimekirjast osutusid kõige rohkem valituks teatmeteosed ja tervisekirjandus, mille vastu tundis huvi ligi 40% vastanuist. Järgnesid kriminaal- ja ajaloolised romaanid, erialakirjandus ja raamatud kodukujundusest, mida eelistas oma valikutes üle kolmandiku vastanuist. Tinglikult võime enam kui kolmandiku vastanute poolt eelistatud raamatuliike vaadelda esimesse, üldhuvi rühma kuuluvate raamatutena, mida üldisemalt ostetakse ja loetakse.

• Teise rühma, millest huvitub kuni veerand lugejaist, paigutuvad tunnetuslikku või meelelahutuslikku lugemishuvi või praktilist vajadust rahuldavad populaarse nõudlusega raamatud: teosed ajaloost, loodusest, salapärastest nähtustest, toitumisest, maadeavastustest ja reisidest, aga ka kerget emotsionaalset lugemiselamust pakkuvad ajaviiteraamatud: naljaraamatud, koomiksid, armastusromaanid.

• Kolmandasse, veidi enam diferentseeritud nõudlusega rühma kuuluvad raamatud, mida valiks veerand kuni viiendik vastanuist: praktilist psühholoogiat ja pedagoogikat populaarselt esitavad raamatud, aga ka mälestused-elulood, autoalased ning tehnika- ja teadusavastusi populariseerivad raamatud ja ilukirjandusklassika.

• Nõudluspüramiidi tippu, spetsialiseeritud (kümnendikku kuni kuuendikku vastanuist huvitavate) raamatute hulka liigitusid ühelt poolt nõudlikum kaasaegne väärtkirjandus ja ulmekirjandus, teisalt äri, ettevõtlust, majandust, informaatikat käsitlev kirjandus, filosoofilised ja sotsiaalteaduslikud raamatud.

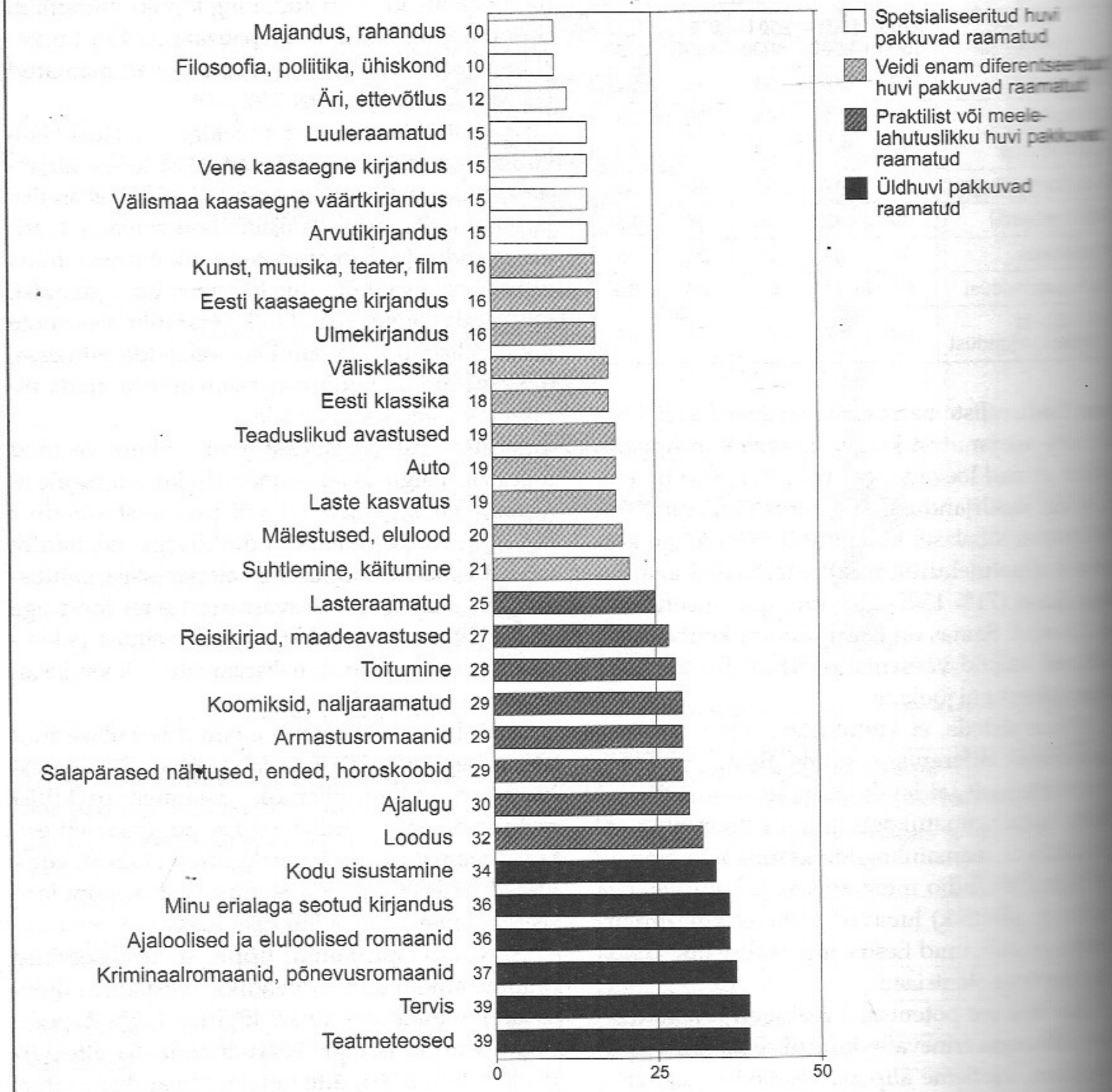
Vaatame ka raamatute omamise ja lugemise muutumist 20 aasta jooksul (tabel 7.6). Selgub, et üldine raamatute omamine on vähenenud: kui 1980. aastate algul omas kodus üle 1000 raamatu umbes 16% vastajaid, siis 2003. a oli selliseid kodusid 8%-l vastanutel. Raamatute ostmisest rahapuudusel loobuma pidanute hulk on aga jäänud samale, umbes veerandi tasemele.

Teiseks peame oluliseks rõhutada raamatute omamise-lugemise struktuuri põhimõttelist muutumist: kui 1980. aastate algul domineeris luule lugemine erialakirjanduse ees (vastavalt 35% ja 24%), siis praegu domineerib erialakirjanduse valik luule ees (vastavalt 36% ja 15%).

Raamatuhuvi struktuuri muutumine ilukirjanduselt mitteilukirjanduse suunas on märk laiemast

Joonis 7.2. Raamatuhuvi püramiid

Kujutlege, et olete raamatupoes või raamatukogus. Milliselt riiulilt otsiksite endale huvipakkuvat raamatut?
Pingerida (vastajate %, kes valiks vastavalt riiulilt raamatuid); N = 1470



kultuurimuutusest, esteetiliste väärtuste taganemisest ratsionaalsete ja enesekehtestuslike ees (vt ka 2. peatükis kirjeldatud väärtuste nihet).

4.2. Raamatueelistuste tüübid

Ankeeti oli raamatueelistuste kindlakstegemiseks lülitatud raamatuliikide nimekiri, milles vastaja pidi märkima talle raamatupoes või raamatukogus huvi pakkuvad. Raamatuvalikute alusel liigitasime indiviidid sarnaste huvidega rühmadesse, kasutades kaheastmelist klasteranalüüsi. Optimaalseks lahendiks, mis eristas rühmi kõige paremini, pidasime 4-klastrilist lahendit, mida allpool kirjeldame (tabel 7.7).

• **I klaster: aktiivne, mitmekülgne [illegible] huvi** (20%). Kõige intensiivsema raamatuhuvi klastri moodustavad laia silmaringiga [illegible] duse, väärtkirjanduse ja erialakirjandus[illegible] kõrgendatud huvi tundvad inimesed. [illegible] kuvad keskmisest suuremat huvi ka spetsiaal[illegible] tud nõudlusega majanduse- ja ühiskonnaalased raamatud. Rühma kuuluvate vastajate poolt [illegible] eelistatud peamiselt ajaloolised ja elulised romaanid (huvilisi 79%), ajalugu (76%), ensüklopeedilised jandus (64%), teatmeteosed (73%) ja raamatud dusest (69%). Rühma liikmetest 76% [illegible] dus olevat palju raamatuid; ka spetsiaalsed [illegible] tuid (entsüklopeediad, luuleraamatud, filosoofiline dusraamatud jne) on neil rohkem kui [illegible] klastritesse kuuluvatel inimestel (lisatabel 7.2).

Tabel 7.6. Raamatusuhte muutumine 1979–1984 ja 2002–2003

%

	1979–1984 (N = 3784)		2002–2003 (N = 1470)
Armastab luulet lugeda	35	Valib raamatupoes või -kogus riiulist luuleraamatud	15
Loeb sageli erialast kirjandust	24	Valib raamatupoes või -kogus riiulist erialast kirjandust	36
Kodus mõnikümmend raamatut	17	Koduses raamatukogus kuni 50 raamatut	23
Kodus raamatuid 1000 ringis, üle 1000	16	Koduses raamatukogus üle 1000 raamatu	8
On loobunud raamatu ostmisest seetõttu, et on see on liiga kallis	23	Ei jätku raha raamatute ostmiseks, on pidanud sellest loobuma	26

Allikas 1979.–1984. a kohta: Lauristin & Vihalemm 1986

Tabel 7.7. Raamatuvaliku pingerida raamatuhuvi klastrites

Valiks vastavalt riiulilt raamatuid; % klastrist

	I: Aktiivne, mitmekülgne raamatuhuvi		II: Praktiline ja perekeskne raamatuhuvi		III: Mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi		IV: Vähene raamatuhuvi	
"S"	20		22		40		17	
1.	Ajaloolised ja eluloolised romaanid	79	Tervis	84	Kriminaalromaanid, põnevusromaanid	42	Kriminaalromaanid, põnevusromaanid	4
2.	Ajalugu	76	Toitumine	71	Teatmeteosed	40	Teatmeteosed	3
3.	Teatmeteosed	73	Armastusromaanid	64	Minu erialaga seotud kirjandus	38	Armastusromaanid	3
4.	Loodus	69	Kodu sisustamine	61	Ajaloolised ja eluloolised romaanid	35	Tervis	3
5.	Reisikirjad, maadeavastused	66	Salapärased nähtused, ended, horoskoobid	53	Ajalugu	33	Vene kaasaegne kirjandus	2
6.	Minu erialaga seotud kirjandus	64	Laste kasvatus	46	Koomiksid, naljaraamatud	30	Minu erialaga seotud kirjandus	11
7.	Tervis	61	Lasteraamatud	45	Auto	30	Lasteraamatud	1
8.	Kodu sisustamine	61	Kriminaalromaanid, põnevusromaanid	43	Loodus	28	Auto	1
9.	Väljasõidud, elulood	57	Koomiksid, naljaraamatud	36	Reisikirjad, maadeavastused	24	Arvutikirjandus	1
10.	Välisklassika	55	Suhtlemine, käitumine	35	Ulmekirjandus	20	Ajaloolised ja eluloolised romaanid	1

*) klastlehutest, kellele oli omane antud klaster.

Kui uurida klastri profiili sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes (tabel 7.8), siis mõnevõrra rohkem on selles klastris naisi (60%) ja kõrgharidusega inimesi (29%, vrd üldvalimi 21%-ga).

– II klaster: **praktiline ja perekeskne raamatuhuvi** (22%). Selle rühma moodustavad inimesed, kelle raamatuhuvi keskmeks on kodu-, pere- ja tervisealane kirjandus. Neid huvitavad armastusromaanid (64%) ja raamatud, mille teemaks on tervis (84%), toitumine (71%), kodu sisustamine (61%), salapärased nähtused, ended, horoskoobid (53%), laste kasvatamine (46%), lasteraamatud (45%) (tabel 7.7). Sellesse klastrisse kuuluvatest inimestest 2/3 väidab end omavat rohkesti raamatuid.

Selle klastri puhul torkab silma naiste väga suur ülekaal – naisi on siin 87%. Kui ülejäänud vanuserühmade suurused vastavad üldjaotusele, siis vanuserühm 30–44 on mõnevõrra rohkem esindatud (32% klastris *vs* 27% koguvalimis). Hariduslikult on koguvalimiga võrreldes praktilise perekeskse raamatuhuvi klastris pisut rohkem keskharidusega inimesi ning pisut vähem kõrgharidusega inimesi. Mõnevõrra rohkem on esindatud ka eestikeelsed vastajad. Sissetulekute lõikes on selles klastris 44% väikese sissetulekuga vastajaid (kuni 1500 krooni ühe leibkonnaliikme kohta).

• **III klaster: mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi** (40%). Selle, kõige suurema rühma moodustavad keskmisele lähedasel määral mitmekülgsest kirjandusest huvituvad lugejad. Nende

Tabel 7.8. Raamatuhuvi klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist

	I: Aktiivne, mitmekülgne raamatuhuvi	**II:** Praktiline ja perekeskne raamatuhuvi	**III:** Mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi	**IV:** Vähene raamatuhuvi	**Koguvalim**
Klastri osakaal (%)	20	22	40	17	100
Sugu**					
Mehed	40	13	66	53	47
Naised	60	87	34	47	54
Vanus*					
15–19	10	8	12	9	10
20–29	19	16	18	19	18
30–44	22	32	29	23	27
45–54	21	16	19	13	18
55–64	14	18	12	17	15
65–74	13	11	11	18	13
Haridus**					
Alg, põhi	16	23	22	32	23
Kesk	55	60	55	58	57
Kõrg	29	17	23	10	21
Keel					
Eesti	68	70	64	63	66
Vene	32	30	36	37	34
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	31	44	31	31	34
1501–2500	29	27	27	33	29
2501–4000	20	19	22	22	21
4001–6000	13	8	12	10	11
Üle 6000	8	2	8	3	6
Asulatüüp					
Pealinn	38	26	29	31	30
Suur linn	16	20	21	21	20
Muu linn	17	22	21	21	20
Maa	30	32	29	28	30

** p < 0,01; * p < 0,05.

raamatuvalikus on esikohal kriminaal- ja põnevusromaanid (42%), teatmeteosed (40%), erialane kirjandus (38%) ning ajaloolised ja eluloolised romaanid (35%) (tabel 7.9). Sellesse klastrisse kuuluvatest inimestest 71% omab palju igasuguseid raamatuid.

Selles rühmas on ülekaalus mehed (moodustavad 67% klastrist, võrreldes 47%-ga koguvalimist). Klastri koosseisus ei eristu oluliselt ükski vanuse-, haridustaseme-, keele-, sissetuleku- ega elukoharühm.

• **IV klaster: vähene raamatuhuvi** (17%). Need inimesed ei tunne erilist huvi ühegi raamatuliigi vastu. Kõige enim leidsid märkimist kriminaal- ja põnevusromaanid (4%). Enamik ülejäänud kirjandusvaldkondadest oli null-populaarsusega. Selles klastris omab palju raamatuid pisut üle poole vastajatest, raamatuid ei oma ega taha rohkem omada 14% vastajatest (lisatabel 7.2).

Selles klastris on mehi pisut rohkem, samuti pisut rohkem vanemaid inimesi. Veidi rohkem kuulub siia ka alg- või põhiharidusega inimesi, samuti keskmise või sellest madalama sissetulekuga (kuni 2500 krooni pereliikme kohta) vastajaid. Domineerivad keedi keel ega vastaja elukoht ei erista selle klastrisse kuulujaid.

Lisatabelist 7.3 selgub, et aktiivse raamatuhuviga inimestest loeb 55% *sageli, regulaarselt* ilukirjandust ning umbes sama paljud (51%) tõsi- ja erialast kirjandust. Praktilise ja perekeskse raamatuhuvi klastrisse kuulujatest loeb ilukirjandust regulaarselt 33%, mõõduka, harrastusliku raamatu-

huviga klastrist 32% ja väga vähese, praktiliselt puuduva raamatuhuvi klastrisse kuulujatest 16%. Töö- ja huvialase kirjanduse lugejate hulk on praktilise ja perekeskse raamatuhuvi klastris 28%, mõõduka harrastusliku raamatuhuvi klastris 30% ning praktiliselt puuduva raamatuhuvi klastris 16%.

Kokkuvõtteks raamatuhuvide kohta võime tõdeda, et raamatuilm on inimestele jätkuvalt tähtis ning raamat on Eestis jätkuvalt keskne kultuurimeedium. Raamatute omamine ja lugemine on oluline nii eestlastele kui venekeelsetele vastajatele, samuti ei esine siin olulist vanuselist diferentseerumist. Seevastu sooline eristumine tuleb erinevate raamatuhuvide taustana selgesti esile.

Aktiivse mitmekülgse raamatuhuvi klaster, kus raamatute roll on väga tähtis ja kus väärtustatakse raamatute esteetilist maailma, eristub sooliselt mõnevõrra vähem kui teised klastrid (naisi 68% ja mehi 40%). Teises ja kolmandas huvirühmas, millele on iseloomulik domineerivalt praktiline raamatuhuvi, tuleb raamatuhuvi sooline taust rohkem esile: praktilise perekeskse raamatuhuvi klastrisse kuuluvad põhiliselt naised (87%) ja mõõduka harrastusliku raamatuhuvi klastris domineerivad mehed (66%; tabel 7.8).

Eesti kirjanike tundmine ja hindamine

Küsitluse intervjuu-osas püüdsime selgitada ka vastajate kirjanduslikku maitset, lastes eestikeelsetel vastajatel hinnata eesti kirjanike tuntust ja meeldivust. Seejuures püüdsime esitatavate kirjanike nimekirja koostamisel sellesse lülitada võimalikult erinevaid, tuntumaid ja vähem tuntud, valdavalt realistliku kui ka keerukama modernistliku-postmodernistliku kirjutamislaadiga autoreid.

Eesti kirjanike ja teoste tundmise kohta saadud vastuste põhjal jagunesid esitatud autorid kolmeks suuremaks rühmaks: üldtuntud kirjanikud, vastajate rühmade poolt tuntud ja hinnatud, diferentseerunud maitsele vastavad kirjanikud ning vähem tuntud, spetsiifilise maitsega lugejate poolt eelistatud autorid (tabel 7.9).

Nimedele, keda üldisemalt teatakse, kelle loomingut üldise lugenud ja kelle looming üldiselt meeldib, viib meie esitatud loetelu esikümne. Neile tuua kuus (vastanutele meeldimise järjekorras): Raimond Kaugver, Albert Uustulnd, Jaan Kross, Hando Runnel, Mats Traat ja Mihkel Mutt. Tulemus näitab, et üldtuntud ja armastatud kirjanike hulgas kuuluvad realismi ja Eesti elu-olu kujutajad Raimond Kaugver ja Albert Uustulnd. Samuti panoraamsete tegelaste ja ajas-

Tabel 7.9. Eesti kaasaegsete kirjanike tundmine, lugemine ja loomingu meeldimine

Pingerida tuntuse alusel; %

		Kuulnud	Lugenud	Meeldib
1.	Mihkel Mutt	62	41	18
3.	Hando Runnel	52	37	21
2.	Jaan Kross	50	40	23
4.	Mats Traat	50	37	18
5.	Albert Uustulnd	48	36	24
6.	Andrus Kivirähk	48	27	14
7.	Olev Remsu	48	28	13
8.	Raimond Kaugver	44	34	24
9.	Mati Unt	42	28	12
10.	Jaan Kaplinski	41	23	11
11.	Viivi Luik	40	25	13
12.	Doris Kareva	40	24	13
13.	Ene Mihkelson	39	27	17
14.	Kadri Kõusaar	37	14	7
15.	Jüri Ehlvest	36	21	11
16.	Aino Pervik	35	24	10
17.	Hasso Krull	34	22	15
18.	Kaur Kender	32	12	5
19.	Kerttu Rakke	29	9	3
20.	Tõnu Õnnepalu	27	12	6
21.	Kauksi Ülle	30	11	3
22.	Aita Kivi	26	11	4
23.	Peeter Urm	19	9	4
24.	Tõnu Kaurson*	16	9	5
25.	Ainar Mäeltsemees*	12	3	1
26.	Jüri Saarman*	8	2	1

* Nimed välja mõeldud vastuste tõepärasuse kontrolliks.

tute kujutajad Mats Traat ja Jaan Kross, oma luule rahvaluulega sidunud Hando Runnel, literaat ja arvamusliider Mihkel Mutt. Ka võime näha kirjanduse tundmise seotust nn koolikirjandusega (Kross, Traat, Runnel jt). Neid autoreid teatakse ka väga vähese raamatuhuviga inimeste seas.

Diferentseerituma kirjandusetundmise ja hindamisega seostuvad autorid on tippkirjanikest Viivi Luik, Ene Mihkelson, Doris Kareva, Jüri Ehlvest, Hasso Krull. Sellesse seltskonda kuulub ka lastekirjandust esindav Aino Pervik. Ene Mihkelsoni ja Hasso Krulli lugejaid iseloomustab nende lugemise ja hindamise suhteliselt suur ühtelangevus. Võrdluseks: eelmisse, kõige tuntumate autorite rühma kuulunud Andrus Kivirähki, Olev Remsu, Mati Undi või Jaan Kaplinski loomingut küll teatakse rohkem, ent hinnangud sellele on vastuolulisemad. Diferentseeriv huvi on seotud ka põlvkondadega, nii tunnevad ja hindavad Viivi

Luike pigem vanemad ja Andrus Kivirähki pigem nooremad lugejad.

Spetsialiseeritud või fragmenteeritud huvirühmade maitsele vastavate kirjanike loomingut tuntakse tagasihoidlikumalt ka juhtudel, kus tegemist on tuntud meediapersoonidega nagu Kerttu Rakke, Kadri Kõusaar või Kaur Kender.

Vastuste tõepärasuse kontrolliks lisasime nimekirja ka kolm "libakirjanikku" (Tõnu Kaurson, Ainar Mäeltsemees, Jüri Saarman), kellest näiteks üht märgib tundvat 16% ja lugenud olevat 9% vastanutest. Selliste vastajate jaoks on kirjanike tundmine olnud ilmselt prestiiži küsimus, kultuurinormile vastamise vajadus.

6. Muusikaeelistused

Muusikaeelistuste kindlakstegemiseks oli vastajatele esitatud tabel, mis sisaldas mitmekesiseid, erinevatelt alustelt liigitatud tõsise ja kergemuusika, vokaal- ja instrumentaalmuusika, klassikalise ja tänapäevasema muusika liike ja vorme. Eesmärgiks oli esitada hindamiseks mitte muusikateaduslikult orienteeritud, vaid kuulajate igapäevaarusaamadele lähedaselt liigitatud repertuaari nimestik, et kindlaks teha kuulajaeelistuste kriteeriume ja muusikamaitse rühmade üldstruktuuri. Vastajad hindasid iga pakutud muusikaliiki 5-pallisel kuulamismeeldivuse skaalal.

6.1. Muusikaeelistuste püramiid

Saadud tulemuste alusel koostasime analoogiliselt raamatutega ka muusikaeelistuste pingerea (joonise 7.3 värvikoodid).

- Esiteks eristus üldine, domineeriv, rohkem kui poolele vastanutest meeldiva muusika valik, kuhu kuulub nii traditsioonilist tantsumuusikat, Eesti ja rahvusvahelist popmuusikat, filmi- ja muusikalimuusikat ning kitarrimuusikat. Sellise muusika kuulajaid oli 54–65%.
- Teise, suhteliselt laia kuulajaskonnaga muusikagruppi, mille stiilide kuulajaid on 40–48%, kuuluvad rahvalikud laulud ja pillilood, disko, kantri, akordioni-, oreli- ja klaverimuusika, operetti- ning mustlasmuusika.
- Kolmandasse rühma kuulub diferentseeritud, teatud kindlaid, kuid siiski küllalt laialt levinud (30–39% poolt eelistatud) liike ja vorme hõlmav muusikavalik: klassikaline sümfooniline muusika, klassikaline ja kaasaegne rokkmuusika, romansid, šanssoonid blues ja soul, viiulimäng, aga ka latiino-pop ja traditsioonilised eesti koorilaulud.
- Neljandasse rühma kuulub spetsialiseeritud väiksema hulga (20–29%) muusikamaitsele vastav muusikavalik jazzist ja folgist ooperimuusika ja reggae-stiilini.
- Viiendana eristub kitsas, väljakujunenud muusikamaitse, mis võib olla suunatud nii vormilt keerukamale kaasaegsele sümfoonilisele ja kammermuusikale kui ka teatud alternatiivsetele muusikastiilidele nagu metal, rap, punk, ambient, millenautijaid on vastanute seas alla 20%.

Kõige üldisem sõnum muusikaeelistuste kohta on, et domineerib kergem, lõõgastav repertuaar. Kuulata eelistatakse traditsioonilist tantsumuusikat, popansambleid ja -lauljaid, muusikat filmidest ja muusikalidest ning ka eesti rahvalikku popmuusikat. Teiste muusikaliikide osas on vaikuerinevused märgatavalt suuremad. Diferentseerivate muusikaliikide alla võime liigitada nii kergemad žanrid (diskomuusika, rock'n'roll) kui klassikalise muusika (sh klaverimäng, romansid, viiulimäng, klassikaline sümfooniline muusika) aga ka erineva etnilise taustaga jazz- ja folkmuusika (bluesist kuni idamaise ja etnograafilise muusikani). Spetsialiseeritud muusikamaitse valdkonda kuulub asjatundjate ja aktiivsete muusikahuviliste maitse, aga ka subkultuuride, klubikultuuri kujundatud eelistused. Seega ei ole muusikaeelistuste pilt hierarhiline "süva-" ja "kerge" muusika vastandumise mõttes, vaid pigem horisontaalselt segmenteerunud.

6.2. Muusikalise maitse rahvuslikud, soolised ja vanuselised erinevused

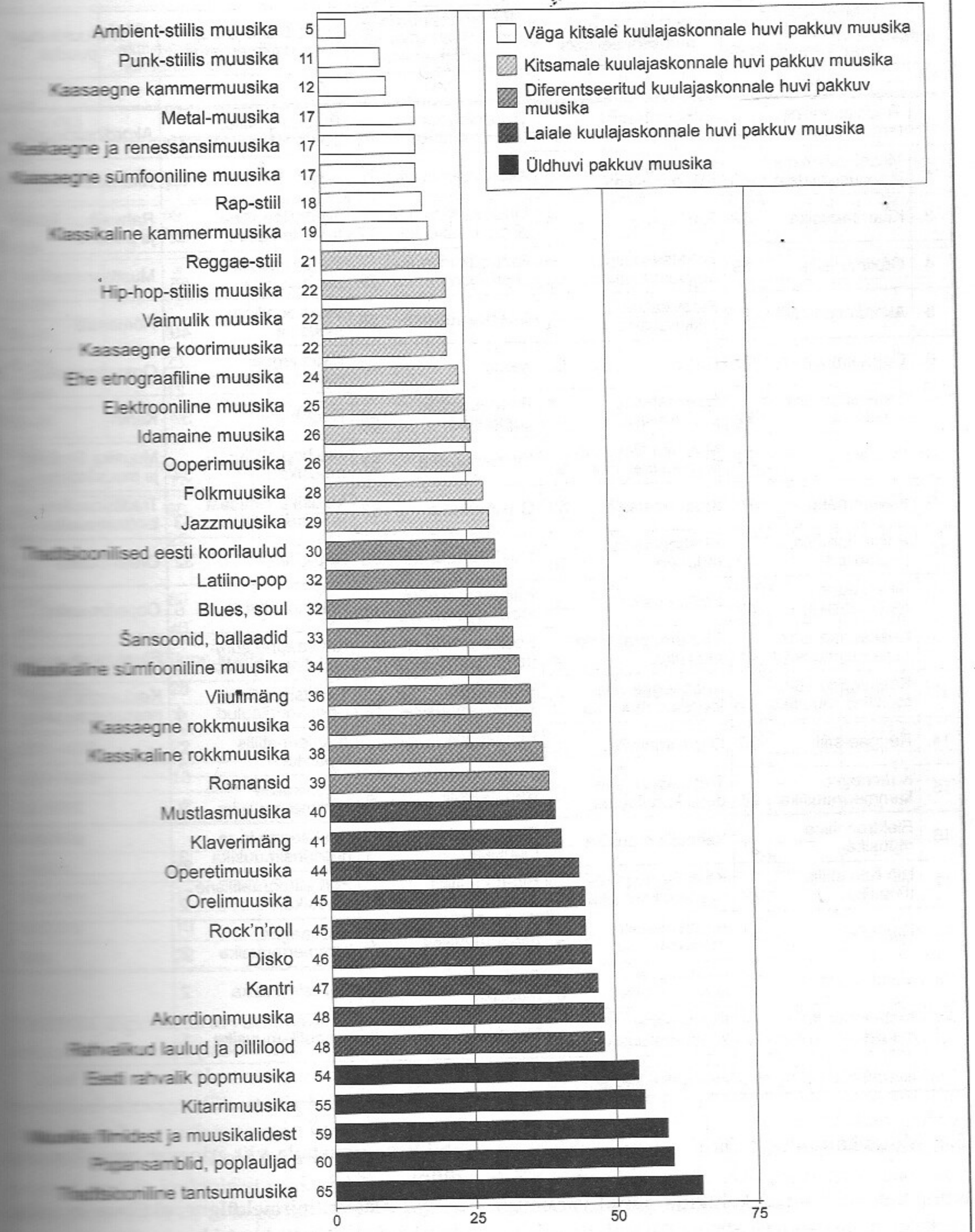
Olulised erinevused võrreldes ülaltoodud muusikaeelistuste pingereaga ilmnesid ka soolises, vanuselises kui rahvuslikus lõikes.

Võrreldes naiste ja meeste muusikamaitse keskmiste meeldivushinnangute pingeridade vahel (lisatabel 7.4a), näeme, et naiste seas on enam neid, kes hindavad klassikalist instrumentaal- ja vokaalmuusikat ning rahvuslikku eripärast etnograafilist ja rahvalikku muusikat. Meestest on seevastu enam neid, kes eelistavad rokkmuusikat ja elektroonilist ning metal-muusikat. Hinnangute keskmisi võrreldes osutus statistiliselt tähenevaks (99%-lise usaldusväärsuse tasemel) ka nii mik meeste ja naiste muusikaeelistusi, välja toodud mõned spetsiifilisema laadiga muusikaliigid nagu jazz, blues, kantri, ambient.

Eesti- ja venekeelsete vastajate muusikaeelistuste võrdlus (lisatabel 7.4b) näitab, et venekeelsete vastajad hindavad suhteliselt rohkem klassikalist muusikat, romantilist vokaalmuusikat ja kitarrimuusikat, samas kui eestikeelsete vastajate

Joonis 7.3. Muusikaeelistuste püramiid

Piirjerida: vastajate %, kellele *meeldib* + *väga meeldib* vastav muusikaliik; N = 1470



rokkmuusika ja rahvaliku muu-

muusikaeelistusi vanuserühmades
järgerea alusel, saab ootuspäraselt kin-
muusikalise maitse jagunemine noortemait-
keskealiste ning vanemate maitseks (lisa-
tabel 7.4c). Seejuures on noortele iseloomulik disko- ja rokkmuusika eelistus, keskealistele kantri, ooperi, opereti, romansside, mustlasmuusika eelistamine, vanemal earühmal aga tõuseb lisaks keskeaga sarnastele eelistustele esile koorilaulu osatähtsus.

Tabel 7.10. Muusikaeelistuste pingerida muusikaeelistuste klastrites

Meeldib + väga meeldib antud laadi muusikat kuulata; % klastrist

	I: Mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus	**II:** Rokk- ja popmuusika eelistus	**III:** Traditsioonilise tantsu- ja rahvaliku muusika eelistus	**IV:** Disko ja popmuusika eelistus	**V:** Muusikahuv puudub
%*	32	22	19	12	16
1.	Traditsiooniline tantsumuusika 84	Popansamblid, poplauljad 83	Traditsiooniline tantsumuusika 81	Popansamblid, poplauljad 70	Akordionimuusika 1
2.	Muusika filmidest ja muusikalidest 83	Kaasaegne rokkmuusika 74	Akordionimuusika 76	Disko 66	Kitarrimuusika 1
3.	Kitarrimuusika 82	Rock'n'roll 71	Muusika filmidest ja muusikalidest 72	Traditsiooniline tantsumuusika 62	Rahvalikud laulud ja pillilood 1
4.	Orelimuusika 79	Traditsiooniline tantsumuusika 69	Rahvalikud laulud ja pillilood 72	Eesti rahvalik popmuusika 55	Mustlasmuusika 1
5.	Akordionimuusika 73	Klassikaline rokkmuusika 64	Operetimuusika 68	Elektrooniline muusika 49	Romansid 1
6.	Operetimuusika 73	Disko 68	Kantri 63	Kaasaegne rokkmuusika 40	Operetimuusika 1
7.	Rahvalikud laulud ja pillilood 72	Eesti rahvalik popmuusika 66	Popansamblid, poplauljad 58	Rock'n'roll 37	Kantri 1
8.	Romansid 71	Muusika filmidest ja muusikalidest 66	Kitarrimuusika 57	Hip-hop-stiilis muusika 34	Muusika filmidest ja muusikalidest 1
9.	Klaverimäng 70	Kitarrimuusika 63	Orelimuusika 57	Muusika filmidest ja muusikalidest 33	Traditsiooniline tantsumuusika 1
10.	Popansamblid, poplauljad 70	Hip-hop-stiilis muusika 48	Mustlasmuusika 56	Rap-stiil 32	Orelimuusika 1
11.	Kaasaegne rokkmuusika 42	Folkmuusika 20	Kaasaegne sümfooniline muusika 12	Folkmuusika 5	Ooperimuusika 1
12.	Keskaegne ja renessansimuusika 41	Ehe etnograafiline muusikat 14	Keskaegne ja renessansimuusika 12	Kaasaegne sümfooniline muusika 5	Blues, soul 1
13.	Kaasaegne sümfooniline muusika 35	Kaasaegne sümfooniline muusika 13	Kaasaegne kammermuusika 12	Traditsioonilised eesti koorilaulud 4	Keskaegne ja renessansimuusika 1
14.	Reggae-stiil 30	Ooperimuusika 13	Kaasaegne rokkmuusika 9	Ambient-stiilis muusika 4	Muud 1
15.	Kaasaegne kammermuusika 28	Traditsioonilised eesti koorilaulud 11	Reggae-stiil 4	Klassikaline kammermuusika 3	
16.	Elektrooniline muusika 27	Vaimulik muusika 8	Elektrooniline muusika 3	Keskaegne ja renessansimuusika 3	
17.	Hip-hop-stiilis muusika 22	Keskaegne ja renessansimuusika 7	Hip-hop-stiilis muusika 2	Ehe etnograafilisne muusika 2	
18.	Rap-stiil 17	Ambient-stiilis muusika 7	Metal-muusika 2	Kaasaegne kammermuusika 2	
19.	Metal-muusika 15	Kaasaegne koorimuusika 6	Punk-stiilis muusika 1	Ooperimuusika 2	
20.	Ambient-stiilis muusika 10	Klassikaline kammermuusika 4	Muud 0	Vaimulik muusika 1	

* % küsitletutest, kellele oli omane antud klaster.

6.3. Muusikamaitse tüübid

Kuna enamuse muusikaliikide puhul varieerub vastajate maitse suuremal või vähemal määral, kasutasime siin, nagu ka raamatueelistuste puhul, erinevate maitserühmade väljatoomiseks klasteranalüüsi. Meetod aitab näha ka ühisjooni eelpool kirjeldatud erinevate rahvarühmade muusikaeelistuste vahel.

Tõlgenduslikult parimaid võimalusi pakkus 5-klastriline lahend. Selle alusel saame alljärgnevalt kirjeldada ning sotsiaalsete taustatunnuste abil iseloomustada viit erinevat muusikamaitse tüüpi.

• **I klaster: mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus** (32%). Selle klastri kuulamisrepertuaar on lai, sinna kuuluvad stiilid alates klassikalisest sümfoonilisest muusikast, operetist, meelelahutuslikust, romanssidest kuni jazzi, rock'n'rolli ja popmuusikani (tabel 7.10). Sellele rühmale on iseloomulik aktiivse muusikaharrastuse kogemus: 62% on laulnud kooris, 34% on mängimas muusikakariista, 34% omab pille, 75% leiab muusikast rahulamisest rahu ja harmooniat, 18% kasutab

Tabel 7.11. Muusikaeelistuste klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

%-klastrist; $p < 0{,}01$

	I: Mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus	II: Rokk- ja popmuusika eelistus	III: Traditsioonilise tantsu- ja rahvaliku muusika eelistus	IV: Disko ja popmuusika eelistus	V: Muusikahuvi puudub	**Koguvalim**
Klastri osakaal (%)	32	22	19	12	16	100
Sugu:						
Mehed:	41	55	36	54	53	47
Naised:	59	45	64	46	47	54
Vanus:						
15–19	5	21	1	30	1	10
20–29	14	31	6	37	8	17
30–44	31	33	19	21	24	27
45–54	23	11	24	6	20	18
55–64	16	3	23	4	25	15
65–74	11	1	28	2	22	13
Haridus:						
Kõrg-/põhi-	11	26	23	37	32	23
Kesk-	60	59	60	49	48	57
Alg-	29	15	16	14	20	21
Elu:						
Linn:	60	73	71	69	59	66
Maa:	40	27	29	31	41	34
Sissetulek pereliikme kohta						
Kuni 500	28	41	37	37	31	34
501–3500	31	20	36	27	29	28
3501–4000	22	23	18	14	23	21
4001–6000	13	9	7	15	11	11
Üle 6000	7	7	2	7	6	6
Haavatuja:						
Naine	38	30	24	22	28	30
Laulnud kooris	17	20	19	28	18	20
Mängib	19	22	23	16	21	20
Üks	26	28	33	34	33	30

arvutit, 64% käib *sageli* või kontserdil (tabel 7.12).

annab ülevaate muusikahuvi klast-demograafilisest struktuurist. Mitmemuusika austajate seas on koguvalimist pi- 30–44-aastaseid inimesi. Nagu arvata, ka keskmisest rohkem kõrgema ha- inimesi (29% *vs* koguvalimi 21%). Iselooja väga suure sissetulekuga ini- keskmisest pisut suurem esindatus selles (vastavalt 13% *vs* 11% ja 7% *vs* 6%). Venemuusikute osakaal (40%, koguvalimis muusikute osakaal (38%, koguvalimis keskmisest veidi kõrgem, samuti on naisi (59%).

• **II klaster: mitmekülgne rokk- ja popmuusika eelistus** (22%). Nende lemmikuteks on nii klassikaline kui ka kaasaegne rokkmuusika. Sarnaselt meeldib nii vanem (rock'n'roll) kui ka uuem popmuusika (popansamblid, poplauljad, Eesti rahvalik popmuusika) (tabel 7.10). Sellesse klastrisse kuuluvatest inimestest leiab muusika kuulamisest rahu ja harmooniat 79%, kusjuures 36% kuulab muusikat ka arvutist. 31% on tegelenud pillimänguga, 6% vastanutest tegeleb sellega ka praegu, 49% on laulnud kooris ning 50% käib aeg-ajalt kontserdil (tabel 7.12).

Mitmekülgse pop- ja rokkmuusika austajate seas on veidi rohkem mehi (55% klastrist, 47% koguvalimist) ning noori – märkimisväärselt rohkem on vanuserühmade 15–19 ja 20–29 esindajaid

Tabel 7.12. Muusikakuulamise harjumused ja -harrastused muusikaeelistuste klastrites

% klastrist

	I: Mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus	II: Rokk- ja popmuusika eelistus	III: Traditsioonilise tantsu- ja rahvaliku muusika eelistus	IV: Disko ja popmuusika eelistus	V: Muusikahuvi puudub	Kogu-valim
Armastab väga muusikat kuulata	52	55	36	61	12	45
Leiab rahu, harmooniat, ilu muusikat kuulates	75	79	67	74	31	67
Käib sageli või vahetevahel kontserdil	64	50	42	41	32	48
Ei käi üldse kontserdil	8	12	21	21	32	16
Laulnud kooris, ansamblis	62	49	54	38	35	50
Laulab praegu	7	3	5	2	3	5
Mänginud pilli, mõnd muusikariista	34	31	22	21	19	27
Mängib praegu mõnd muusikariista	9	6	4	5	3	6
Teeb või on teinud ise pillilugusid, kirjutanud muusikat	10	9	4	10	3	8
On kodus muusikariistad	34	29	24	23	16	27
On plaatide, CD-de, videokassettide kogu	67	72	40	66	34	58
Kasutab pidevalt või vahetevahel arvutit muusika kuulamiseks	18	36	6	31	6	20

(vastavalt 21% ja 31%). Hariduslik taust vastab enam-vähem koguvalimile, v.a kõrghariduse mõningane alaesindatus.

• **III klaster: traditsioonilise tantsu- ja rahvaliku muusika eelistus** (19%). Iseloomulik on akordionimuusika, rahvalike laulude ja pillilugude lembus, samuti traditsioonilise tantsumuusika, orelimuusika ja kitarrimuusika eelistamine.

Ootuspäraselt kuuluvad sellesse klastrisse vanemad inimesed, 15–29-aastaseid on ainult 7% (27% koguvalimis). Rühma kuulujate seas on rohkem neid, kellel on keskharidus (60% *vs* 57% koguvalimist), nad räägivad valdavalt eesti keelt (71% *vs* 67% koguvalimis) ja nende seas on väga vähe keskmisest suurema sissetulekuga inimesi (28% üle 2500-kroonise kuusissetulekuga *vs* 37% koguvalimis). Traditsioonilise tantsu- ja rahvamuusika eelistajate seas on ülekaalus naised (64%). Suhteliselt rohkem on siin neid inimesi, kes on pidanud sissetuleku vähesuse tõttu muusikaelamustest loobuma (36%) ning kõige vähem neid, kel raha muusikaliseks meelelahutuseks üldiselt piisab (9%).

• **IV klaster: disko ja popmuusika eelistus** (12%). Sellesse klastrisse kuulujate muusikakuulamine piirdubki popansamblite ja -lauljate ning diskomuusikaga. Neile meeldib ka eesti rahvalik popmuusika ning elektrooniline muusika.

Seda klastrit iseloomustab keskmisest kõrgem huvi muusika kuulamise suhtes. *Sageli* ja *vahel* käib kontsertidel 41%, kooris on [illegible] 38%, muusikainstrumenti on mängi[illegible] mängib 5%, pillilugusid on proovi[illegible] 10% selle klastri vastanutest (tabel 7.12).

Nagu võib arvata, on see valdavalt [illegible] meste klaster (67% *vs* 27% koguvalimist), [illegible] seas on kõige rohkem alg- või põhiharidusega[illegible] mesi (37% *vs* 23% koguvalimist). Sellesse [illegible] kuuluvad pisut kõrgema sissetulekuga [illegible] (üle 4000-kroonise kuusissetulekuga [illegible] *vs* 17% üldvalimist). Maainimeste esindus[illegible] koguvalimi 30% vastu) ja suuremas linn[illegible] vastajate osa (28%, valimis 20%) on [illegible] pisut suurem.

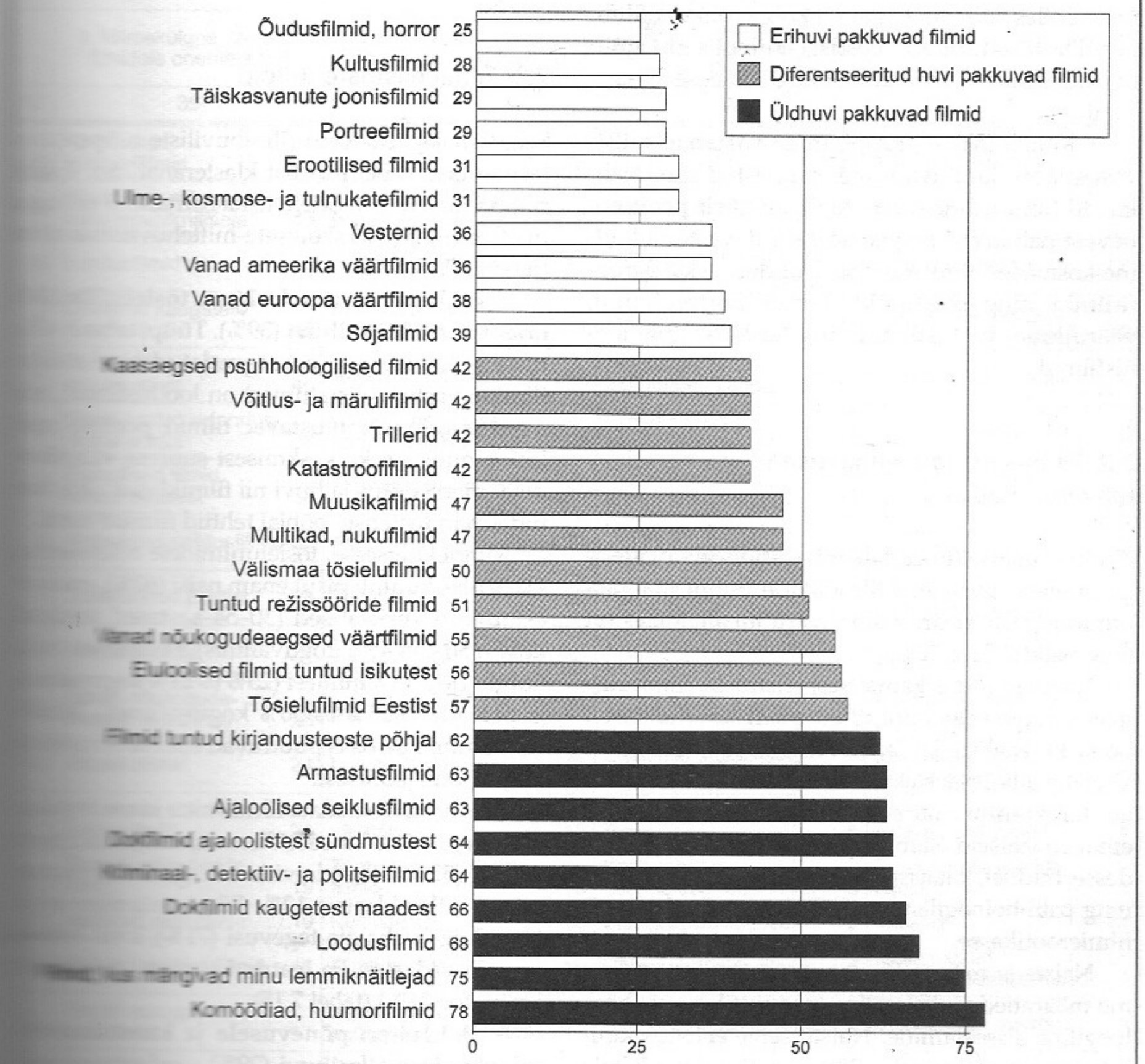
• **V klaster: muusikahuvi puudub**. Nendel, kes siiski kuulavad muusikat, [illegible] kaeelistused suhteliselt määratlemata. [illegible] on märgitud akordionimuusikat (13%), [illegible] kitarrimuusika ja rahvalikud laulud-[illegible] Sellele klastrile on iseloomulik, et [illegible] ette, mida üks või teine stiil endast kujut[illegible]

35% muusikast vähehuvitujatest [illegible] kooris või ansamblis (lisaks 3% lauljat [illegible] 19% on mänginud pilli. Selles klastris [illegible] selt kõige väiksemal osal (16%) muusikum[illegible] kuulub ka vähem inimesi, kellel on [illegible] muusika kogu (34%), ja 32% neist ei [illegible] tidel.

Muusikast mittehuvituvate inimeste [illegible] peaaegu üldse noori (9% *vs* 27% kogu[illegible]

Joonis 7.4. Filmieelistuste püramiid

Progeriida: vastajate %, kellele *meeldib* + *väga meeldib* antud laadi filme vaadata; N = 1470



selles klastris rohkem alg- või põhi-
inimesi (32% võrreldes koguvalimi
muusikast mittehuvitujate hulk on suu-
ankeedi täitnute seas (41%, valimi
Sissetulek ei erista muusikast mit-
filma.

elanikkonnast kõige sage-
viis, ehkki kinoskäimine
noorte elulaadi kuuluvaks (tabel
hindamiseks esitatud filmiliigid ei
universaalset filmide klassifitseerimi-
ja siia on valitud kategooriaid, mille
tõttu nad mängivad oma filmieelistustest.

7.1. Filmihuvi püramiid

Järgnevalt vaatleme sarnaselt raamatu- ja muusikahuvi analüüsile filmieelistuste püramiidi, eristades eelistuste leviku alusel tinglikult üldhuvitavaid ehk domineerivale maitsele vastavaid filme, suuremaid publikurühmi diferentseerivaid filme ja väiksematele huviliste rühmadele meelepäraseid, erihuve rahuldavaid filmiliike (värvikoodid joonisel 7.4).

• Esimesse filmide rühma kuuluvad filmid, mida vaatab enam kui 62% vastajatest. Selliste üldhuvi pakkuvate filmide hulka kuuluvad komöödiad (78%), samuti lemmiknäitlejatega seostatavad filmid (75%). Lisaks kuuluvad siia gruppi ka loodusfilmid ning kaugeid maid tutvustavad tõsielufilmid, armastusfilmid, tuntud kirjandusteostel põhinevad filmid jne.

• Teise gruppi kuuluvad filmid, mille eelistajaid on 40–60% (joonis 7.4). Selle rühma filmiliikide osas on valiku erinevused märgatavalt sutremad. Selles rühmas koguvad kõige rohkem filmihuvilisi tõsielufilmid Eestist, eluloolised filmid tuntud isikutest ja vanad nõukogudeaegsed väärtfilmid.

• Kolmandasse gruppi, mida vaatab alla 40% vastanutest, kuuluvad diferentseeritud huvi pakkuvad filmid. Sinna saab liigitada ühelt poolt põnevust pakkuvad kergemad žanrid: vesternid, ulme-kosmose-tulnukate filmid, õudus- ja katastroofifilmid ning sõjafilmid, teisalt portreefilmid, väärtfilmid, kultusfilmid ning täiskasvanute joonisfilmid.

7.2. Filmieelistuste erinevused rahvarühmades

Ehkki filmihuvi ühendab kõige erinevama taustaga inimesi, on teatud filmiliikide puhul märgata filmieelistuste iseärasusi rahvarühmade lõikes (vt lisatabelid 7.5a ja 7.5b).

Nii nagu muusikamaitses, eristub ka filmieelistustes kõige selgemini ühelt poolt noorte, teiselt poolt keskealiste ja vanemate inimeste filmisuhe. Veelahe alla 30-aastaste ja vanemate vahel on kõige teravamini märgatav suhtumises teravaid emotsionaalseid elamusi pakkuvatesse filmižanridesse: õudus-, katastroofi-, sõja-, ja ulmefilmidesse ning psühholoogilistesse trilleritesse, kuid samuti filmierootikasse.

Naiste ja meeste filmimaitse põhieristajat võime määratleda teljel väline tegevustik *vs* psühholoogiline sisseelamine. Naiste selge eelistus kuulub armastusfilmidele (78%), psühholoogilistele (46%) ja isikufilmidele (63%). Meestele seevastu meeldib enam vaadata sõjafilme (58%), ulme-, kosmose-, tulnukafilme (49%), võitlus- ja märulifilme (59%), kriminaal-, detektiivi- ja politseifilme (70%), katastroofifilme (50%), samuti ajaloolisi seiklusfilme (68%).

Hariduslikud erinevused ei ilmne mitte niivõrd üksikute filmiliikide suhtes, kuivõrd filmivaatamise üldiselt mõnevõrra väiksemas rollis kõrgharidusega inimeste elus. Samas on keeleline taust filmieelistustes selgesti märgatav: eestikeelsetele ankeetidele vastanud eelistavad rohkem Eesti tõsielufilme (65% *vs* 45% venekeelsetest vastajatest) ning lääne väärtfilme (39% *vs* 29% ameerika väärtfilmide ja 42% *vs* 32% euroopa väärtfilmide puhul), venekeelne vaataja eelistab enam sõjafilme (46% *vs* 36%), kosmosefilme (40% *vs* 27%), nõukogudeaegseid filme (63% *vs* 49%) ning multifilme (56% *vs* 43%). Võib oletada, et venekeelse vaatajaskonna filmivalik on paljuski tingitud Venemaa telekanalite aktiivsest jälgimisest ja seal pakutavast filmiprogrammist (vt 8. peatükk).

7.3. Filmieelistuste tüübid

Selgitamaks erinevaid filmihuviliste tüüpe, kasutasime taas kaheastmelist klasteranalüüsi. Tekkinud pilt on raamatuhuvidele üsna sarnane: 3 eristuvat maitserühma ja ükskõiksete-mittehuvitatute rühm (tabelid 7.13–7.15).

• **I klaster: mitmekülgne, tõsielufilmidele orienteeritud filmihuvi** (39%). Tüüpi eristab eelistuste mitmekesisus ja kõrgendatud huvi tõsielufilmide vastu: eelistatumad on loodusfilmid, teised maid ja ajalugu tutvustavad filmid, portreefilmid. Iseloomulik on ka keskmisest suurem väärtfilmidele orienteeritus ja huvi nii filmiklassika kui tuntud kirjandusteoste põhjal tehtud filmide vastu.

Mitmekülgsesse, tõsielufilmidele orienteeritud klastrisse, kuulub pisut enam naisi (60%), enam on esindatud keskealised (30–54-aastased vastajad kokku 56% *vs* 45% koguvalimis). Pisut enam on kõrgharidusega inimesi (25% *vs* 21% koguvalimis) ja pealinlasi (33% *vs* 30% koguvalimist). Muudes rahvarühmade osas puuduvad suured erinevused koguvalimi jaotusest.

Enamasti ei vaadata filme mitte kinos (regulaarselt ja *sageli* käib kinos 24% vastajatest), vaid pigem telerist (52%). Filmide-videote tegemist on harrastanud selles klastris 12%. Filmivaatamine on üks olulisi vaba aja tegevusi (71%), kuid levinud on selles klastris ka teatris käimine (46%, valimi keskmine 31%) (tabel 7.15).

• **II klaster: põnevusele ja kaasaelamisele orienteeritud filmihuvi** (29%) – eelistatakse ennekõike lus-, huumori- ja ulmefilme. See rühm otsib filmidest pigem pinget kui lõõgastust, näiteks on selle klastrile väga iseloomulik keskmisest kõrgem katastroofifilmide ja õudusfilmide eelistus. Selle liitub ka huvi ajalooliste seiklusfilmide ja sõjafilmide vastu.

63% sellesse klastrisse kuulujatest väidab armastab filme vaadata ja käib ka kõige sagedamini kinos (*sageli, regulaarselt* ja *mõnikord*, mainitud kokku 39%). 16% klastrisse kuulujatest on ka ise filme teinud või tegeleb sellega ka praegu. Tüüpiline vaatab filme *väga* ja *küllalt sageli* 44% vastajatest.

Selle klastri koosseisus domineerivad noored (56% alla 30-aastasi), meessoost (69%), suurlinnades elavad (24% *vs* 20% koguvalimist) filmihuvilised.

• **III klaster: emotsionaalsele samastumisele ja lõõgastusele orienteeritud filmihuvi** (26%) – lesse klastrisse kuuluvate inimeste lemmikžanrid

Tabel 7.13. Filmieelistuste pingerida filmieelistuste klastrites

Väga meeldib antud laadi filme vaadata; % klastrist

	I: Mitmekülgne, tõsielu-filmidele orienteeritud	**II:** Põnevusele, kaasa-elamisele orienteeritud	**III:** Emotsionaalsele samastumisele, lõõgastu-sele orienteeritud	**IV:** Filmihuvi puudub
"S"	39	29	18	14
1.	Komöödiad, huumorifilmid 48	Komöödiad, huumorifilmid 63	Komöödiad, huumorifilmid 41	Komöödiad, huumorifilmid 8
2.	Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad 45	Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad 46	Armastusfilmid 30	Loodusfilmid 5
3.	Loodusfilmid 45	Võitlus- ja märulifilmid 38	Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad 29	Armastusfilmid 4
4.	Dokfilmid kaugetest maadest 42	Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid 37	Loodusfilmid 21	Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad 3
5.	Dokfilmid ajaloolistest sündmustest 40	Katastroofifilmid 35	Dokfilmid kaugetest maadest 16	Tõsielufilmid Eestist 2
6.	Filmid tuntud kirjandus-teoste põhjal 38	Ulme-, kosmose-, tulnukatefilmid 33	Filmid tuntud kirjandusteoste põhjal 16	Võitlus- ja märulifilmid 2
7.	Eluloolised filmid tuntud isikutest 36	Õudusfilmid, horror 31	Eluloolised filmid tuntud isikutest 13	Ulme-, kosmose-, tulnukatefilmid 2
8.	Ajaloolised seiklusfilmid 32	Ajaloolised seiklusfilmid 29	Vanad nõukogude-aegsed väärtfilmid 13	Dokfilmid ajaloolistest sündmustest 1
9.	Tõsielufilmid Eestist 28	Trillerid 27	Muusikafilmid 13	Filmid tuntud kirjandusteoste põhjal 1
10.	Armastusfilmid 27	Dokfilmid ajaloolistest sündmustest 20	Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid 10	Ajaloolised seiklusfilmid 1
11.	Vanad nõukogude-aegsed väärtfilmid 25	Sõjafilmid 20	Tõsielufilmid Eestist 10	Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid 1
12.	Muusikafilmid 24	Loodusfilmid 18	Dokfilmid ajaloolistest sündmustest 9	Eluloolised filmid tuntud isikutest 1
13.	Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid 21	Vanad nõukogudeaegsed väärtfilmid 16	Tuntud režissööride filmid 8	Vanad nõukogude-aegsed väärtfilmid 1
14.	Tuntud režissööride filmid 19	Tuntud režissööride filmid 16	Kaasaegsed psühholoogilised filmid 8	Tuntud režissööride filmid 1
15.	Multikad, nukufilmid 19	Kultusfilmid 16	Multikad, nukufilmid 6	Trillerid 1
16.	Välismaa tõsielufilmid 18	Armastusfilmid 15	Välismaa tõsielufilmid 6	Kaasaegsed psühholoogilised filmid 1
17.	Vanad euroopa väärtfilmid 17	Kaasaegsed psühholoogilised filmid 15	Ajaloolised seiklusfilmid 5	Õudusfilmid, horror 1
18.	Portreefilmid 16	Filmid tuntud kirjandus-teoste põhjal 14	Võitlus- ja märulifilmid 5	Sõjafilmid 1
19.	Kaasaegsed psühholoogilised filmid 15	Dokfilmid kaugetest maadest 13	Trillerid 4	Portreefilmid 1
20.	Vanad ameerika väärtfilmid 14	Multikad, nukufilmid 13	Sõjafilmid 4	Vanad ameerika väärtfilmid 1

*) Vastajatest, kellele oli omane antud klaster.

armastusfilmid, filmid lemmiknäitlejatega ja komöödiad. Sellele publikule meeldivad mõnevõrra loodusfilmid, kirjandusteoste instseneeringud, eluloolised filmid Eestist ja mujalt, biograafilised filmid, ajaloosündmustele pühendatud dokumentaalfilmid.

Teine vastajaterühm vaatab filme videos ja arvutiga ilmselt esimesed rühmad (vastavalt 16% ja 20% neist käib kinos *sageli, regulaarselt ja mõnikord, vahetevahel*.

Selles klastris domineerivad naised (75%), noored ja vanemad inimesed (39%, kogu-

valimis 28%). Koguvalimist pisut enam on venekeelse ankeedi täitnud inimesi (38%).

• **IV klaster: filmihuvi puudub** (14%). Siia kuuluvad väiksema filmihuviga inimesed, kelle suhteliselt nullilähedastes maitse-eelistustes võib vähesel määral märgata huvi üldhuvitavate huumorifilmide (8%), armastusfilmide (4%) ja ka loodusfilmide (5%) vastu.

Ehkki 11% väidab end armastavat filme vaadata, ei ole vaatajahuvid välja kujunenud. Filmide suhtes ükskõikse klastri sotsiaal-demograafilist tausta iseloomustab meeste-naiste enam-vähem

Tabel 7.14. Filmieelistuste klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist; N = 1470

	I: Mitmekülgne, tõsielufilmidele orienteeritud	**II:** Põnevusele, kaasaelamisele orienteeritud	**III:** Emotsionaalsele samastumisele, lõõgastusele orienteeritud	**IV:** Filmihuvi puudub	Koguvalim
Klastri osakaal (%)	39	29	18	14	100
Sugu**					
Mehed	40	69	25	47	47
Naised	61	31	75	52	54
Vanus**					
15–19	3	23	9	4	10
20–29	13	33	14	10	17
30–44	32	27	23	19	27
45–54	24	12	15	17	18
55–64	17	3	17	26	15
65–74	12	2	22	24	13
Haridus**					
Alg, põhi	15	30	29	23	25
Kesk	60	57	55	48	57
Kõrg	25	13	16	27	27
Keel					
Eesti	70	65	61	64	66
Vene	30	35	38	36	34
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	32	37	37	30	34
1501–2500	30	23	29	34	29
2501–4000	20	24	20	18	21
4001–6000	13	10	7	10	9
Üle 6000	5	6	6	8	6
Asulatüüp*					
Pealinn	33	25	32	31	30
Suur linn	16	24	21	17	20
Muu linn	20	19	19	24	20
Maa	31	31	28	27	30

** p < 0,01; * p < 0,05.

võrdne esindatus, vanuseliselt on siin märkimisväärselt vähe noori (33% *vs* 54% koguvalimist), hariduslikult kuulub siia üldisest enam kõrgharidusega inimesi (27% *vs* 21% koguvalimis).

Kokkuvõtteks võime tõdeda, et filmid mängivad olulist rolli nende 68% vastajate elus, kes kuuluvad kahte aktiivsemasse filmihuvi klastrisse. Samas on nende aktiivsete rühmade filmisuhe üsna vastandlik: kui esimeses klastris on tegemist keskealistele ja vanematele vaatajatele iseloomuliku traditsionaalse suhtumisega filmi kui "aknasse ellu", olgu dokumentaalses, olgu realistliku filmikunsti vormis, siis teine klaster on tüüpiline noorte vaatajate filmisuhtele, kus domineerib mäng, pinge ja põnevuse otsimine. Erinev on ka kanal, mille kaudu filmimaailma sisenetakse: [illegible] on selleks domineerivalt televiisor, [illegible] filmielamused seotud nii aktiivse [illegible] kui ka arvuti, video ja kinoskäimisega. [illegible] klaster on passiivsema, kompensatoorse [illegible] tega, otsides filmidest peamiselt [illegible] kaasaelamise võimalust. Samaselt [illegible] muusikasuhtega, on ka filmiklastrite [illegible] mograafilises taustas kõige olulisemad [illegible] sed ja soolised erinevused.

Tabel 7.15. Filmide vaatamine ja filmiharrastused filmieelistuste klastrites

	I: Mitmekülgne, tõsielufilmidele orienteeritud	II: Põnevusele, kaasaelamisele orienteeritud	III: Emotsionaalsele samastumisele, lõõgastusele orienteeritud	IV: Filmihuvi puudub	**Kogu-valim**
Klastri osakaal (%)	39	29	18	14	
Armastate filme vaadata	41	63	35	11	42
Kui sageli Te käite kinos?					
Sageli, regulaarselt	7	12	4	1	7
Mõnikord, vahetevahel	17	27	16	12	20
Väga harva	46	40	39	39	42
Ütlen mitte	29	21	40	47	31
Teete või on teinud ise filme, videosid	12	16	8	12	12
Tegelete video- või muusikasalvestamisega (sageli + vahetevahel)	22	31	14	12	22
Vaatate filme televiisorist (väga sageli)	52	70	43	10	49
Vaatate filme videost (väga + küllalt sageli)	22	44	16	3	25
Vaatate filme DVD-lt, arvutist (väga + küllalt sageli)	6	15	5	0	4
Vaatate filme kinos (väga + küllalt sageli)	8	15	5	0	3

8.1. Teemahuvid

Eelpool kirjeldatud analüüsi tulemused nii filmi- kui ka raamatuliikide eelistuse kohta osutasid võimalusele, et erinevate žanride eelistamise määratlemisel valitavate raamatute või filmide sisuline pool, temaatika. Seetõttu lisame kultuurihuvide käsitlusele ka ülevaate vastajate teemahuvidest, st nendest huvist erinevate valdkondade ja probleemide vastu (vt ka 8. peatükk).

Teemahuvide selgitamiseks oli vastajatele ette antud loetelu erinevatest valdkondadest, mille kohta nad pidid 5-pallisel skaalal hindama oma huvitust.

8.2. Teemahuvi püramiidi

Vastuste alusel jaotasime erinevad teemad nende huvitasemele (joonis 7.5 värvikoodid), millest eriteks üldhuvitavad, vähemalt 60%-le vastajatest huvi pakkuvad teemad (uudised kodu-, välismaalt, tervis, telesaated, filmid); teiseks, vaatlusalust integreerivad teemad, mis pakkusid huvi 40–59%-le vastajatest (nt loodus, sport, noorte probleemid, sotsiaalprobleemid, pereprobleemid, õpetajaameti huumor, kuritegevus ja seadusandlus); kolmandaks, teatud huvirühmi diferentseerivad teemad (20–39%), nt poliitika ja majandus, kultuur, ajakirjandus, ajakirjanduskroonika, statistika jne. Püramiidi tipu moodustavad suhteliselt väikesele asjast huvitatute ringile (alla 20%) huvi pakkuvad spetsialiseeritud teemad, nt arvutid, erakondade tegevus või kirik, religioon.

8.2. Teemahuvide faktoranalüüs

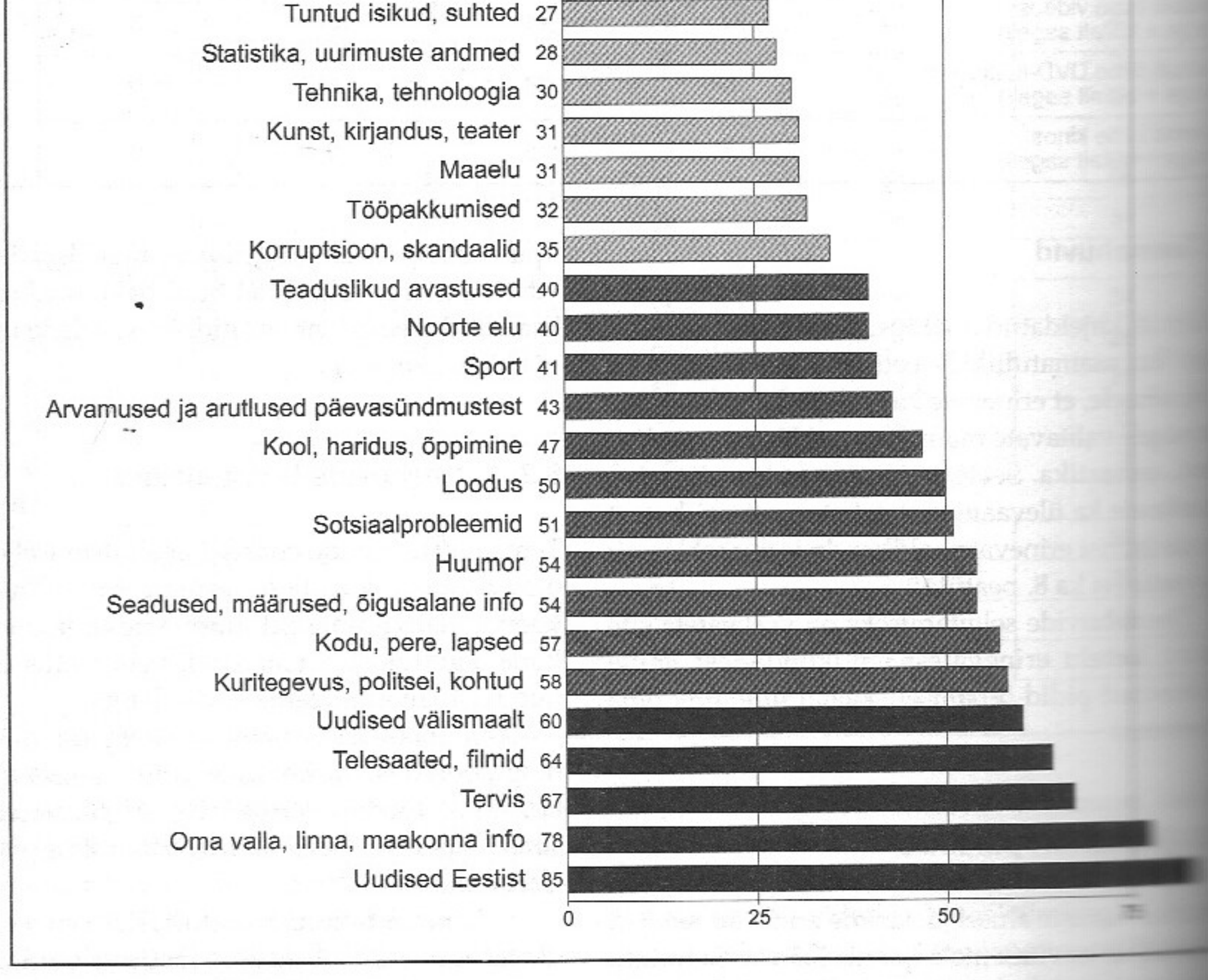
Temaatiliste huvide edasisel analüüsimisel osutus otstarbekaks kasutada esmalt faktoranalüüsi, koondamaks tunnuseid suurematesse faktoritesse, kuna algtunnustelt tehtud klasteranalüüs ei andnud hästi interpreteeritavaid tulemusi.

Analüüsis kasutasime peatelgede meetodit ning pööramist varimaks-algoritmi alusel (faktorlahend on toodud tabelis 7.16). Algtunnustest jätsime välja tunnuse *kirik, religioon*, mis ei sobinud faktorlahendisse.

- **Esimese faktori** moodustasid teemad, mida ühendavad märksõnad **riik, institutsioonid**: valitsus, ministeeriumid, ametkonnad, Riigikogu, õiguskantsler, president, erakonnad. Siia juurde kuuluvad ka arvamused ja arutlused päevateemadel (mis on ka valdavalt poliitikaga seotud), samuti seadused ning statistika.
- **Teise faktori** moodustavad teemad, mis seostuvad **tehnika, teaduse, ettevõtlusega**: tehnika, autod, ost–müük, teaduslikud saavutused, majandus, sport, huumor, korruptsioon ja skandaalid, uudised välismaalt jne.

Joonis 7.5. Teemahuvi püramiid

Milliste valdkondade või milliste institutsioonide tegevust käsitleva informatsiooni vastu Te eelkõige huvi tunnete? Pingerida (huvitundjate %); N = 1470



• **Kolmandasse faktorisse** kogunesid **kultuuri, hariduse ja noorte** teemad: mood, kunst, kirjandus, teater, kool, haridus, õppimine, noorte elu, reisid, seltskonnakroonika, tuntud isikud.

• **Neljanda faktori** ühisnimetajad on **kodu, lähiümbrus, sotsiaalsfäär**: kodu, pere, lapsed, sotsiaalsed teemad, Eesti uudised jne.

Tekkinud uued faktortunnused sa[illegible] nende alusel grupeeriti indiviidid ka[illegible] klasteranalüüsi abil nelja rühma. Fakto[illegible] keskmised klastrite lõikes on toodud ta[illegible]

Tabel 7.16. Teemahuvi faktoranalüüsi lahend

Peateelgede meetod, varimaks pööramisega

	F1: Riik ja institutsioonid	**F2:** Tehnika, teadus, ettevõtlus	**F3:** Kultuur, haridus, noored	**F4:** Kodu, lähiümbrus, sotsiaalsfäär
Valitsus, ministeeriumid, ametkonnad	**0,75**			
Riigikogu	**0,75**			0,16
Õiguskantsler, riigikontroll	**0,59**	0,11		0,18
President	**0,58**			0,22
Poliitikud, erakonnad	**0,57**			
Arvamused ja arutlused päevasündmustest	**0,35**		0,15	0,28
Statistika, uurimuste andmed	**0,28**	0,23	0,18	0,14
Seadused, määrused, õigusalane info	**0,27**	0,16	0,11	0,26
Tehnika, tehnoloogia		**0,65**		
Autod		**0,65**	-0,11	
Ida-müük		**0,47**	0,11	0,19
Arvutid		**0,45**	0,11	-0,18
Teadlikud avastused	0,24	**0,42**	0,24	
Majandus, äri, ettevõtlus	0,22	**0,38**		
Ehitus, kinnisvara		**0,38**	0,10	
Korruptsioon, skandaalid	0,24	**0,35**		0,29
Haigused		**0,33**	0,21	0,23
Sport	0,15	**0,32**		0,13
Uudised välismaalt	0,24	**0,31**		
Tööpakkumised	-0,10	**0,28**	0,22	0,21
Kunst			**0,59**	
Kunst, organdus, teater	0,27		**0,50**	
Kool, haridus, õppimine			**0,50**	0,18
Raamatud		0,14	**0,48**	0,24
Kunst, turism		0,22	**0,40**	
Telekommunikatsioonika		0,13	**0,38**	0,17
Tööalased suhted		0,17	**0,37**	0,13
Naised, pere, lapsed			0,37	**0,49**
Kinnisvara	0,25			**0,45**
Linnad	0,12	-0,12	0,38	**0,45**
Kuritegevus, politsei, kohtud		0,33		**0,39**
Haigused/Seadlus	0,22	0,11		**0,37**
Loodus	0,23		0,18	**0,37**
Ühistransport, linna, maakonna info	0,16			**0,36**
Ühiskonnaprobleemid	0,30		0,23	**0,35**
Vanemad, lähedased		0,18	0,27	**0,35**

Tähistatud on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

Teemahuvide tüübid

Teemahuvide klastrit on selgelt eristuvad.

- I klaster: **poliitikahuvi** (19%) domineeriv [illegible] on huvitatus riigi ja selle institut[illegible] (tabel 7.16).

[illegible] poliitikahuvi on veidi rohkem [illegible] (52%; tabel 7.18). Siia klastrisse [illegible] kõrgharidusega inimesi (29%), domineerivad keskealised ja vanemad inimesed (72% klastrist on vanem kui 45 eluaastat). Samuti kuulub siia koguvalimist enam eestikeelseid vastajaid (82%). Sissetulekurühmadest domineerib allapoole Eesti keskmist jääv rühm (1500–2500 krooni pereliikme kohta, 35% *vs* 28% koguvalimist). Keskmisest enam on siin pealinlasi (34%).

- **II klaster: kultuuri- ja lähiümbruse huvi** (19%). Klastri telg on kultuuri-, haridus-, noorte elu,

Tabel 7.17. Teemahuvi faktorkaalude keskmised teemahuvi klastrites

	F1: Riik ja institutsioonid		**F2:** Tehnika, teadus ja ettevõtlus		**F3:** Kultuur, haridus, noored		**F4:** Kodu, lähiümbruse sotsiaalsfäär	
	Keskmine	**Standard-hälve**	**Keskmine**	**Standard-hälve**	**Keskmine**	**Standard-hälve**	**Keskmine**	**Standard-hälve**
I: Poliitikahuvi	**1,60**	0,52	0,07	0,88	0,04	0,83	**0,28**	
II: Kultuuri- ja lähiümbruse huvi	-0,43	0,44	-0,17	0,60	**0,99**	0,56	**0,28**	
III: Tehnika-, teaduse- ja/või ärihuvi	-0,35	0,50	**1,08**	0,60	-0,43	0,62	-0,18	
IV: Huvi puudub	-0,37	0,39	-0,65	0,34	-0,44	0,44	-0,22	

Paksu kirjaga on esile tõstetud domineerivad faktorkaalud klastris.

Tabel 7.18. Teemahuvi klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist; $p < 0,01$

	I: Poliitikahuvi	**II:** Kultuuri- ja lähiümbruse huvi	**III:** Tehnika-, teaduse- ja/või ärihuvi	**IV:** Huvi puudub	Koguvalim
Klastri osakaal (%)	19	24	22	34	100
Sugu					
Mehed	52	12	91	38	47
Naised	48	88	9	62	53
Vanus					
15–19	4	16	16	6	10
20–29	9	22	26	15	17
30–44	14	34	35	24	27
45–54	21	16	15	19	18
55–64	23	8	7	19	15
65–74	28	4	2	17	13
Haridus					
Alg, põhi	21	19	25	26	25
Kesk	49	62	55	58	57
Kõrg	29	20	21	16	17
Keel					
Eesti	82	59	70	59	66
Vene	18	41	30	41	34
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	27	39	30	37	34
1501–2500	35	28	23	30	29
2501–4000	17	19	25	21	21
4001–6000	13	10	14	8	11
Üle 6000	8	4	9	4	6
Asulatüüp*					
Pealinn	34	34	24	30	31
Suur linn	14	21	20	22	20
Muu linn	20	21	21	20	20
Maa	32	24	35	29	29

* $p < 0,05$.

...si- ja seltskonnatemaatika, keskmisest tugevam on ka orienteeritus lähiümbrusele ja sotsiaalsetele probleemidele. Samas on tüüp poliitikakauge.

Nimetatud tüübis on 88% naisi. Tüüpi iseloomustab keskmisest suurem keskhariduse esindatus (62% *vs* 57% koguvalimist), samuti on siin keskmisest enam venekeelse ankeedi täitnuid (41%). Sissetulekuskaalal on nende seas kõige rohkem madalama sissetulekuga inimesi (39% *vs* 34% koguvalimist). Keskmisest enam on siin pealinlasi (34%) ja vähem maainimesi (24%, koguvalimis 38%).

- III klaster: **tehnika-, teaduse- ja/või ärihuvi** (29%) juurde kuulub ka kõrgendatud spordi- ja välismaiste huvi.

Olemuspäraselt koosneb see tüüp valdavalt meestest (91%). Klastri vanuskoosseis on vastandlik esimesele, poliitikahuvilisele tüübile: siin domineerivad noored, 77% klastri koosseisust on vanuses alla 45 aasta. Sissetulek on selles klastris kõrgem: ligi poolel ulatub see üle Eesti keskmise, kusjuures veerandil on sissetulek pereliikme kohta kõrgem kui 4000 krooni kuus. Üllatav on see, et klastri koosseisus on keskmisest rohkem maal elavaid inimesi (35%).

- IV klaster: **huvi puudub** (34%). Selle klastri moodustavad inimesed, kelle huvid on kõigi faktorite lõikes tunduvalt alla keskmise.

Klastris on väike naiste ülekaal (62% naisi), ka enam kui keskmisest rohkem pensionieas inimesi (27% *vs* 13% koguvalimis). Iseloomulik on ka veidi madalam haridustase (alg- või põhiharidus 26% *vs* 22% koguvalimis) ja madalam sissetulek pereliikme kohta (kahes madalamas sissetulekurühmas 68% *vs* 52% koguvalimis). Venekeelsete inimeste osakaal on valimi keskmisest suurem (41% *vs* koguvalimis 34%). Nende inimeste seas on silmatorkavalt enam Eesti kodakondsuseta inimesi, mis viitab selgelt, et kodakondsuse puudumine on seotud tõsise vähema huvitatusega ümbritsevast vastu.

Kultuurisuhte üldtüpoloogia

Klastrianalüüsi eelpool esitatud erinevaid kultuurisuhte tüüpe (film-, muusika-, raamatu- ja teemahuvide klastreid, siis torkab silma nende jaotuste mõningane üldisem sarnasus. Osaliselt on see seletatav klastrianalüüsi protseduuri endaga, mis ühelt poolt kõige enam üle keskmiste tunnusväärtustega ja teisalt sellele vastandub keskmisest madalamate tunnusväärtustega ning leiab vahepealsed, erinevate tunnustega elemente sisaldavad rühmad. Kuid meile huvipakkuvam on siiski klastrite formaalse struktuuri sarnasus, vaid selle kaudu ilmsiks tulnud üldisemad sotsiokultuurilised tendentsid.

Nende tendentside täpsemaks väljaselgitamiseks tegime tüpoloogiate ristanalüüsi: moodustasime olemasolevate klastertunnuste abil uue, sekundaarse tüpoloogia, kasutades selleks kaheastmelist klasteranalüüsi (tabel 7.19). See annab tendentsidest veelgi üldisema pildi ning võimaldab need koondada kultuuriorientatsioonide mudeliks.

9.1. Kultuurisuhte tüübid

Kirjeldatud kultuurisuhte tüübid on seotud inimeste väärtushoiakute (vt 2. peatükk) ja elulaadiga (vt 6. peatükk).

- **I klaster: aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe** (22%). Esimese klastri moodustavad kultuurist ja ühiskonnaprotsessidest aktiivselt huvituvad inimesed, keda iseloomustab valivus ja suur huvi kõrgkultuuri vastu.

Temaatilistest huvidest domineerivad neil huvid riigi, institutsioonide ja poliitika vastu, samuti on kõrge kultuurihuvi. Tüüpi iseloomustab ka arenenud ja aktiivne lugemishuvi, raamatuvaliku mitmekülgsus, erinevate liikide ja žanride tasakaalustatus. 77% klastrist kuulub realistliku suunitlusega, tõsielufilmidest huvituvasse filmieelistuste klastrisse. Muusikahuvi poolelt domineerib mitmekesiste huvidega *mainstream*-orientatsioon: kuulatakse nii klassikalist muusikat kui ka rahvalikku muusikat, aga ka klassikalist rokki, jazzi ja bluesi (tabel 7.19).

Loetletud tunnuste põhjal võime oletada, et need inimesed on kõrge kultuurilise kapitaliga. Vaadeldes vastavate indeksite jaotusi erinevates kultuurisuhte tüüpides võime väita, et selles tüübis on kõige suurem osakaal kõrge kultuurilise kapitaliga (53% üle keskmise ja kõrge kultuurilise kapitaliga) vastajatel ning veelgi kõrgema sotsiaalse kapitaliga inimestel (62% üle keskmise ja kõrge sotsiaalse kapitaliga) (tabel 7.22).

Aktiivse kultuurihuvi ja ühiskonnas osalemisega tüübi väärtusteadvuses on keskmiselt olulisema kaaluga *isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal, keskkond ja füüsiline heaolu* ning *hingeline tasakaal*. Seevastu on keskmisest vähem oluline *materiaalne kindlustatus ja heaolu* (tabel 7.21).

Aktiivse kultuurisuhtega kaasneb ka aktiivsus ja liikuvus muudel ühiskonnaelu aladel ning üldine keskmisest suurem liikuvus ja avatus (tabel 7.24).

Sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes on näha naiste ülekaal (64%) ja meeste suhteliselt väiksem esindatus (ainult 36%, koguvalimis 47%)

Tabel 7.19. Kultuurisuhte klastrid

Vastavate klastrite esindajate osakaal (%) kultuurisuhte klastritest; $p < 0,01$

	Kultuurisuhte klastrid					
	I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**II:** Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	**III:** Traditsioonine, elulähedane kultuurisuhe	**IV:** Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**V:** Kultuurikauge, passiivne suhe	Koguvalim
Raamatuhuvi klastrid						
I: Aktiivne, mitmekülgne raamatuhuvi	57 ++	0 – –	8 –	37 +	4 –	
II: Praktiline ja perekeskne raamatuhuvi	9 –	6 –	51 ++	39 +	16 –	
III: Mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi	21 –	66 +	40 +	24 –	41 +	
IV: Vähene raamatuhuvi	13 –	28 +	0 – –	0 – –	38 ++	
Muusikaeelistuste klastrid						
I: Mitmekülgne, aktiivne muusikaeelistus	66 ++	27 –	46 +	12 –	0 – –	
II: Rokk- ja popmuusika eelistus	5 –	40 +	9 –	59 ++	5 –	
III: Traditsioonilise tantsu- ja rahvaliku muusika eelistus	25 +	8 –	38 ++	4 –	14 –	
IV: Disko ja popmuusika eelistus	0 – –	23 +	3 –	25 ++	11 –	
V: Muusikahuvi puudub	4 –	2 –	2 –	0 – –	70 ++	
Filmieelistuste klastrid						
I: Mitmekülgne, tõsielufilmidele orienteeritud	77 +	23 –	58 +	17 –	12 –	
II: Põnevusele, kaasaelamisele orienteeritud	0 – –	75 ++	0 – –	60 ++	7 –	
III: Emotsionaalsele samastumisele, lõõgastusele orienteeritud	16 –	0 – –	35 +	22 +	24 +	
IV: Filmihuvi puudub	6 –	2 –	7 –	1 – –	56 ++	
Teemahuvi klastrid						
I: Poliitikahuvi	57 ++	5 –	0 – –	14 –	17 –	
II: Kultuuri- ja lähiümbruse huvi	36 +	1 –	27 +	63 ++	8 –	
III: Tehnika-, teaduse- ja/või ärihuvi	5 –	61 ++	4 –	24 +	12 –	
IV: Huvi puudub	0 – –	32 –	69 ++	0 – –	64 +	

– – Klastri osakaal < 1%.
– Klastri osakaal > 1%, kuid väiksem kui koguvalimis.
+ Klastri osakaal suurem kui koguvalimis.
+ + Klastri osakaal vähemalt 2 korda suurem kui koguvalimis.

aktiivse ja mitmekülgse kultuurisuhtega klastri koosseisus. Siia kuuluvad samuti pisut vanemad inimesed – vanemaid kui 45 aastat on 63% klastri koosseisust (tabel 7.20).

Mitmekesise kultuurihuviga inimeste seas on rohkem kõrgharidusega inimesi (30% *vs* 21% koguvalimis). Sissetulekurühmadest on pisut suurem sissetulekurühm 1500–2500 krooni pereliikme kohta (34% *vs* 28% koguvalimis). Selles rühmas on pealinna elanikke pisut rohkem (34% *vs* 30% koguvalimis) ja suurte linnade elanikke üldisest vähem (16% *vs* 20% koguvalimis).

• **II klaster: instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe** (25%). Klastrisse kuuluvad tehnikale, teaduse arengule, majandusele ja ärile ning samas ka emotsionaalset pinget pakkuvale meelelahutusele orienteeritud inimesed.

Neid iseloomustab teistest tunduvalt suurem huvi majandus- ja tehnikatemaatika vastu. Kultuurisuhe seevastu on meelelahutuslik, emotsionaalset pinget otsiv. Filmide osas käib selle kultuuriga kaasas selge seos seiklusfilmidega. Muusikamaitses domineerib mitmekesine popmuusika (40% kuulub popmuusika eelistajate klastrisse, 27% aga mitmekülgse aktiivse muusikakultuuri klastrisse). Selle klastri raamatuhuvid on tagasihoidlikud, valikutes domineerivad praktilise sisuga raamatud (tabel 7.19).

Tabel 7.20. Kultuurisuhte klastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist						
	I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**II:** Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	**III:** Traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe	**IV:** Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**V:** Kultuurikauge, passiivne suhe	**Koguvalim**
Klastri osakaal (%)	22	25	19	14	20	100
Sugu**						
Mehed	36	81	21	35	49	47
Naised	64	19	79	65	51	54
Vanus**						
15–19	3	17	3	29	3	10
20–29	10	28	9	34	12	17
30–44	23	33	31	25	21	27
45–54	23	14	23	10	17	18
55–64	20	5	19	1	25	15
65–74	20	3	15	1	22	13
Haridus**						
Kõrg. (ülik)	15	27	15	29	30	23
Kesk	55	58	62	59	49	57
Kõrg	30	15	23	13	21	21
Elu*						
Linn	73	67	63	68	59	66
Maa	27	33	37	32	41	34
Nuumsissetulek pereliikme kohta*						
Kuni 1500	30	33	37	42	31	34
1501–2500	34	25	27	24	33	28
2501–4000	18	23	22	19	21	21
4001–6000	12	13	11	8	8	11
6001–	6	6	3	7	7	6
Usuvälja						
Pealinn	34	29	30	28	30	30
Suurlinn	16	21	18	25	19	20
Väikelinn	21	19	19	21	23	20
Maa	29	32	33	27	28	30

***p < 0.001; **p < 0.05.

Klastri saab pidada keskmisel määral kultuuritarbijaid ühendavaks, kuid kõrge kultuurilise kapitali inimeste osakaal on siin keskmisest tunduvalt väiksem (4%). Seevastu on majanduslik kapital selle klastri puhul kõige suurem ja oma majandusliku tuleviku suhtes on selle klastri esindajad keskmisest optimistlikumad (tabel 7.22.)

Selle klastri ärist, ärist ja põnevusest huvituva klastrisiseselt on esimese klastri täpne vastand (tabel 7.21): domineerivad *materiaalne kindlustatus* (*raha ning meelelahutestamine*; ülejäänud orientatsioonid – *inimeline tasakaal*) on tagaplaanil. Sotsiaalne ja poliitiline aktiivsus on majandusliku edukusega võrreldes tagasihoidlik (tabel 7.24).

Majandus- ja tehnikaorientatsiooni klastris on 81% mehi. Keskmisest rohkem kuulub siia nooremaid inimesi, enim on esindatud vanuserühm 20–29 (28% *vs* 17% koguvalimis). Samuti on siin keskmisest vähem kõrgema haridusega inimesi (15% *vs* 21% koguvalimis).

• **III klaster: traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe** (19%). Klastrisse kuuluvat traditsioonilist kultuurihuvilist iseloomustavad tagasihoidlikud temaatilised huvid – 69% selle klastri indiviidide kuulub temaatiliste huvide klassifikatsioonis väheste huvidega gruppi (tabel 7.19). Filmihuvides prevaleerivad dokumentaal- ja väärtfilmid, teisel kohal on persoonikeskne maitse,

Tabel 7.21. Väärtuste faktorkaalude keskmised kultuurisuhte klastrites

	F1: Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	**F2:** Keskkond ja füüsiline heaolu	**F3:** Hingeline tasakaal	**F4:** Materiaalne kindlustatus ja heaolu	**F5:** Enesekehtestamine
I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**0,19**	**0,26**	**0,23**	-0,12	-0,03
II: Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	-0,11	-0,13	-0,29	**0,16**	**0,24**
III: Traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe	**0,06**	**0,14**	**0,18**	-0,03	-0,20
IV: Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**0,25**	-0,12	-0,16	**0,14**	**0,11**
V: Kultuurikauge, passiivne suhe	-0,31	-0,17	**0,05**	-0,13	-0,15

Paksu kirjaga on esile tõstetud positiivsed faktorkaalud.

Tabel 7.22. Kultuurilise, majandusliku ja sotsiaalse kapitali omamine kultuurisuhte klastrites

% klastrist; $p < 0,01$

	I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**II:** Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	**III:** Traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe	**IV:** Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**V:** Kultuurikauge passiivne suhe
Kultuuriline kapital					
Madal	1	6	6	3	33
Alla keskmise	13	31	27	14	39
Keskmine	33	34	36	36	24
Üle keskmise	34	25	25	35	3
Kõrge	19	4	5	12	0
Majanduslik kapital					
Madal	11	7	11	7	27
Alla keskmise	24	17	30	17	24
Keskmine	35	33	36	37	31
Üle keskmise	17	27	14	22	15
Kõrge	11	17	9	17	10
Sotsiaalne kapital					
Madal	4	19	13	9	27
Alla keskmise	8	25	18	22	27
Keskmine	25	25	26	33	28
Üle keskmise	27	18	26	18	15
Kõrge	35	13	18	17	10

soov samastuda. Muusikahuvidest on siin kõige levinum aktiivne mitmekülgne muusikamaitse, samuti on intensiivne traditsioonilise rahvaliku muusika huvi. Raamatuhuvidest on kõige selgem seos praktilise kodukeskse raamatuhuviga.

Kultuurilise kapitali varudelt on tegemist keskmise (36%) ja üle keskmise (30%) kapitaliseeritusega. Sellele tüübile on omane ka keskmisest kõrgem sotsiaalne kapital (44%) (tabel 7.22).

Traditsioonilise, elulähedase tüübi väärtushierarhias on olulisimal kohal psüühilise ja füüsilise turvalisusega seotud väärtusorientatsioonid: *hingeline tasakaal, keskkond ja füüsiline heaolu* (tabel 7.21). Sotsiaalse aktiivsuse ning hoiakute poolest on klaster keskmiste näitajatega, meedia [illegible] ja poliitilises osaluses isegi mõnevõrra [illegible] kui eelmine tehnikahuviliste klaster (tabel [illegible]).

Tegemist on peamiselt naistest koosneva [illegible] piga – mehi on siin ainult 21%. Klastrile [illegible] ni keskealiste (54% on 30–54-aastased [illegible] guvalimis) ja keskharidusega vastajate [illegible] kaal (62% *vs* 57% koguvalimis). Lisaks [illegible] keele kõnelejaid pisut rohkem (37%) kui [illegible] dada koguvalimi jaotuse põhjal (34%). [illegible] teiste klastritega on siin ka veidike rohkem [illegible] imesi (33% *vs* 30% koguvalimis) (tabel [illegible]).

• **IV klaster: popkultuurikeskne kultuuri[illegible]he** (14%). Klastrit iseloomustavad hetero[illegible]

Tabel 7.23. Kultuurisuhte klastrite jaotumine ühiskonnakihtidesse

% klastrist; p < 0,01

	I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**II:** Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	**III:** Traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe	**IV:** Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**V:** Kultuurikauge, passiivne suhe
Madalkiht	13	7	12	4	17
Madalam keskkiht	20	18	23	20	20
Keskkiht	29	35	35	32	31
Kõrgem keskkiht	22	25	20	25	20
Kõrgkiht	16	14	10	20	12

Tabel 7.24. Osalus ja hoiakud kultuurisuhte klastrites

% klastrist

	I: Aktiivne, mitmekülgne kultuurisuhe	**II:** Instrumentaalne, pingelise elamuse keskne kultuurisuhe	**III:** Traditsiooniline, elulähedane kultuurisuhe	**IV:** Popkultuurikeskne kultuurisuhe	**V:** Kultuurikauge, passiivne suhe
Muutused on olnud minu jaoks üldiselt rõõmustavad / pigem rõõmustavad	60	55	53	56	50
Pere elu läheb paremuse suunas	41	47	38	49	35
Saaks 2002. a kohalikel valimistel	72	42	64	37	57
Eesti meedia jälgimise aktiivsus					
Väga vähene + vähene	19	35	29	23	47
Suur + väga suur	41	23	34	40	24
Ühiskondlik aktiivsus					
Väga vähene + vähene	24	33	37	28	48
Tugev + väga tugev	44	35	32	37	22
Poliitiline liikuvus					
Puudub, vähene	33	32	35	26	52
Suur + väga suur	31	37	30	42	20
Uudiste vastu teistest maadest					
Väga vähene	6	13	15	13	31
Suur + väga suur	51	33	33	31	27
Vastus teistele kultuuridele					
Puudub, vähene	20	27	28	16	50
Suur + väga suur	46	30	35	38	21

...sed maitsed. Temaatilistest huvi-...eerivad üldised kultuurihuvid, millele ...majandus- ning tehnikaorientatsioon. ...es on esiplaanil põnevust ja pinget ...elkus- ja märulifilmid, vähemal mää-...maalset samastumist võimaldavad ...muusika vallas domineerib mitmekesine ...muusika. Raamatuhuvi puhul ei do-...elistus, esindatud on pea võrdselt ...

...on kõrge sotsiaalse kapitaliga ja ...kultuurilise kapitaliga, liikuv ja avatud ...kultuuridele. Üldise aktiivsuse ja positiivse ...poolest on ta esimese, mitmekülgse tüübi järel kultuurisuhte klastrite seas teisel kohal (tabel 7.24).

Mitmekülgse ja popkultuurist huvituva tüübi väärtusteadvuses on kesksel kohal *isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal, materiaalne kindlustatus ja heaolu* ning *enesekehtestamine*. Madala olulisusega on sellised orientatsioonid nagu *hingeline tasakaal* ning *keskkond ja füüsiline heaolu* (tabel 7.21).

Suurima osa sellest klastrist moodustavad kuni 30-aastased noored ja praktiliselt puuduvad siit vanemad inimesed alates vanusest 55 eluaastat (2%). Iseloomulik on väiksem kõrghariduse omandanute arv (vaid 13% *vs* 21% koguvalimist), samuti madalaima sissetulekurühma suurem osakaal

(42% *vs* 34% koguvalimis) (tabel 7.20). Kontrastina viimatinimetatule mõjub selle tüübi väga kõrge sotsiaalne enesehinnang: kihistumisskaalal on siin suurim hulk end keskmisest kõrgemale positsioonile asetanuid (tabel 7.23; vt lähemalt selle fenomeni seletust 15. peatükis).

• **V klaster: kultuurikauge, passiivne suhe** (20%). Tüübile on iseloomulik vähene kultuurihuvi (tabel 7.19). Kõige ilmekam indikaator on vähene muusikahuvi: klastris on 70% muusikast mittehuvitujaid, 56% filmide vastu ükskõikseid, 38% raamatutest mittehuvitujaid. Temaatilised huvid on lähiümbrusele suunatud. Raamatuhuvi on pigem meelelahutuslik, suunatud kaasaelamist ja samastumist pakkuva jutukirjanduse lugemisele (tabel 7.19).

Klastrile on iseloomulik just kultuurilise kapitali vähesus ning ka suhteliselt madal sotsiaalne kapital (tabel 7.22). Samas on majanduslik kapital siin keskmisele lähedane. Ka ühiskondlikul redelil asetuvad selle klastri esindajad mitte allapoole, nagu võiks arvata, vaid jaotuvad koguvalimiga sarnaselt (tabel 7.23).

Seega on klastri kõige iseloomulikumad eristajad just kultuurisuhte ning sotsiaalsete hoiakutega seotud erisused. Iseloomulikeks tunnusteks selle tüübi puhul on vähene liikuvus ja avatus ning madal usalduslikkus. Ka ühiskonnas toimuvasse suhtub ta teistest kriitilisemalt, samas on ta ka kõige passiivsem infot meediast hankima (tabel 7.24).

Passiivse kultuurisuhtega tüübi puhul ei saa rääkida mingist domineerivast väärtusorientatsioonist. Mõnevõrra tõuseb esile püüdlemine *hingelise tasakaalu* poole (tabel 7.21).

Klastri sooline koosseis vastab üsna täpselt koguvalimi soolisele koosseisule. Vanuseliselt koosseisult on see klaster keskmisest vanem, prevaleerivamateks vanuserühmadeks on 55–64- ja 65–74-aastased. Hariduslik koosseis vastab enam-vähem koguvalimi omale. Erinevused sissetuleku ja elukoha lõikes on võrreldes koguvalimiga samuti tagasihoidlikud (tabel 7.20).

Kokkuvõte

Käesolev uurimus jätkab kultuuriharrastamise ja kunstieelistuste uurimise traditsiooni, viib aga fookuse väljapoole esteetilist, käsitledes inimese kultuurisuhet ja muud tegevust ühtse isiksusliku süsteemina. Põhilise järeldusena võibki esile tuua sotsiokultuuriliste praktikate üldise struktuuri ilmnemise Eesti ühiskonnas: kultuuriharrastused ja kunstieelistused osutusid seotuks isiksusliku arengu ja inimese üldisema orientatsiooniga maailmas.

Võrreldes meie analüüsis käsitletud eri[illegible] valdkondadega seotud kultuuritarbimise [illegible] peatüki alguses kirjeldatud H. J. Gansi hier[illegible] kultuurisuhte mudeliga, võime tõdeda, et [illegible] aktiivsem ja mitmekülgsem kultuurisuhe on [illegible] sotsiaalse ja realistliku orientatsiooni ning p[illegible] lise ja meelelahutusliku dimensiooni poole[illegible] dasem pigem Gansi maitse-eelistuste hier[illegible] "keskkihile" kui "kõrgkihile". Samas on [illegible] segunenud nii "süva-" kui popkultuuri elem[illegible] did. Noorte seas populaarsed alternatiivsed [illegible] kultuuri vormid on oma tehnoloogilisusega [illegible] pigem elitaarsed kui massilised. Gansi "kõrg[illegible] "madalat" maitset eristavat ühemõõtmeli[illegible] rarhiat Eesti praeguses kultuuritarbimise [illegible] massiküsitluse abiga välja tuua ei õnnestu.

Kultuurisuhete tüpoloogia tõi esile [illegible] tuuris eksisteeriva sisemise konservatiivsu[illegible] selles osas, mis puudutab soolisi erisusi. S[illegible] tulid ilmsiks kultuurisuhte naiselik, tra[illegible] ne perekeskne tüüp ja mehelik, tehnika- [illegible] vutuste ja meelelahutuse-keskne tüüp. Sot[illegible] tasakaalustatumaks osutusid eriti aktiivsed [illegible] passiivsed kultuurisuhte tüübid: arenenud [illegible] lise valikuvõimega mitmekülgne ja avatud [illegible] noortepärane popmuusikale, mängulisusele [illegible] nevusele orienteeritud tüüp ning kultuu[illegible] ükskõikne, passiivne ja suletud tüüp.

Olulisimaks kultuurisuhte eristajaks [illegible] veelahe kuni 30-aastaste ja üle 45-aastaste [illegible] vanemate generatsioonide aktiivse kultuu[illegible] ga kaasnev suurem poliitikahuvi ja sotsiaa[illegible] lus ning realistliku ja traditsioonilise, m[illegible] lise kultuuri eelistamine asendub noorte [illegible] tiivse meelelahutuskultuuris osalemisega. [illegible] mal ajal on suhteliselt vähe seotud poliitilise [illegible] siaalse aktiivsusega. Samas on raamat [illegible] vajaduste rahuldajana noorte puhul mõnev[illegible] elektroonilise meediaga võrreldes tahaplaanil.

Ootuspärasest nõrgemaks osutus kultuuri[illegible] te seotus rahvusega. Ehkki venekeelse elanik[illegible] na kultuurisuhtes on rohkem jälgi nõukogude[illegible] teemis kultiveeritud nn klassikalisest kultuu[illegible] vist ning Venemaa meedia filmiprogrammi[illegible] tustest, ei ole siiski eesti- ja venekeelsete [illegible] kultuurimaailmade vahel nii suurt kultuurilist [illegible] nevust, kui on meeste ja naiste ning erinevate [illegible] nusrühmade vahel. Samas on venekeelne elan[illegible] kond Eestis sisemiselt rohkem polariseeru[illegible] kõrge kultuurilise kapitaliga rühmade [illegible] rilises isolatsioonis olevaks rühmaks. Sinn[illegible] mekülgsete kultuuriharrastustega ja suure [illegible] mishuviga, klassikalise muusikaarmastaja[illegible] keelsete vastajate rühm. Vähese kultuuri[illegible] mitte-eestlased on kultuuriliselt isolee[illegible] siivse kultuurisuhtega tüüpi kuulu[illegible]

enam just venekeelse ankeedi täitjaid). Lisaks vanuseliste ja sooliste iseärasuste mõjule tuleb venekeelsete vastajate kultuurilise aktiivsuse ja passiivsuse põhjusena selgesti ilmsiks seos kodakondsusega.

Mõneti üllatuslikult ei ilmnenud kultuurisuhete tüpoloogias selget ja ühest seost ühiskondliku lõhestumisega. Kõige aktiivsem kultuurisuhte tüüp osutus iseloomulikuks pigem keskmise ja madalama sissetulekuga inimestele, samas kui majanduslikult edukate inimeste tehnika- ja äriteenine kultuurisuhe seostus suhteliselt tagasihoidlikuma kultuurilise kapitaliga. Kõige enam ühildus kultuuriline aktiivsus ja ühiskondliku positsiooni tunnetus aga noortepärase popkultuurile orienteeritud klastri puhul. Kuigi turumajanduslikus ühiskonnas võiks eeldada majandusliku kapitali ja kultuurilise kapitali teatavat korrelatsiooni, võib saadud tulemuste põhjal oletada, et Eesti üleminekuühiskonnas pärinevad need kapitalid erinevatest allikatest ning transformatsiooni käigus ei ole alati õnnestunud muuta kultuurilist kapitali majanduslikuks kapitaliks ja vastupidi.

Kasutatud kirjandus

Bourdieu, P. (1992). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Gans, H. J. (1999). *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.

Järve, M. (1988). Noorte ja keskealiste töötajate lugemisest. Rmt: *Kultuur – kommunikatsioon – raamatusuhe*. Tallinn: ENSV Kultuuriministeerium, F. R. Kreutzwaldi nimeline Riiklik Raamatukogu.

Järve, M. (1993). Lugeja muutuvas Eestis. *Raamatukogu*, 3/4, 40–42.

Järve, M. (2004). Eestlaste kultuuritarbija tüübid: kultuuriaktiivsus ja majanduslik heaolu. *Akadeemia*, 7, 1562–1580.

Lauristin, M., Vihalemm, P. (1985). Eestlane raamatuostjana. *Looming*, 2, 247–256.

Lauristin, M., Vihalemm, P. (1986). Raamatunõudlus ja kirjanduskultuur. *Keel ja Kirjandus*, 7, 385–393, 8, 459–462.

Lotman, J. (1991). *Kultuurisemiootika: tekst – kirjandus – kultuur*. Tallinn: Olion.

Narusk, A. (toim) (1994). *Murrangulised 80-ndad ja 90-ndad aastad Eestis: töö, kodu ja vaba aeg*. Tallinn–Helsingi: Eesti Teaduste Akadeemia Kirjastus.

III OSA:
TRADITSIOONILINE JA UUS MEEDIA

Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia 131
Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus, Valeria Jakobson

Mobiilid, arvutid, internetid: Eesti infoühiskonna künnisel 147
Pille Runnel, Pille Pruulmann-Vengerfeldt

8

ÜHISKOND MEEDIARUUMIS: TRADITSIOONILINE MEEDIA

Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus, Valeria Jakobson

Küsimustikust *Mina. Maailm. Meedia* hõlmasid ligikaudu viiendiku traditsioonilise meediaga ja veidi viiendiku uue meediaga seotud küsimused. Esitame järgnevalt ülevaate traditsioonilise meediaga seonduvatest küsitlustulemustest, tuues kohati sisse ka võrdlusandmeid uue meedia leviku ja kasutusega ning tehes mõningaid võrdlusi teiste uuringute tulemustega, eeskätt seal, kus teistes uuringutes kasutatud indikaatorid võimaldavad meediakasutuse erinevusi täpsemalt iseloomustada.

Järgnev ülevaade koosneb kuuest temaatilisest blokist, mis on mahult erinevad. Esimene osa käsitleb lühidalt meediakasutuse tehnilisi võimalusi erinevates rahvarühmades, teine osa üldisi eelistusi ja hinnanguid Eesti meediale, keskendudes eelkõige nii kogu meediasüsteemi kui eri kanalite suhtes. Küsitlustulemuste keskne osa, mis puudutab meediakasutust erinevates rahvarühmades, on kõige mahukam ning jagatud mitmeks alaosaks, mis tutvustavad meediakasutuse eripära vanusest (õigemini keelekasutusest), vanusest, haridusest, sissetulekutest ja elukohast lähtudes. Viies järgnevat osa annavad üldülevaate meediakasutuse erinevatel eesmärkidel (uudiste ja muu info leidmiste allikana, meelelahutuseks, harimise ja asjakaalu leidmiseks) ning huvist erinevate meediumide vastu. Peatüki lõpetab meediakasutustüpoloogia tutvustamine, mille üks oluline aspekt on traditsioonilise ja uue meedia vahekorra küsimus sellest, kuivõrd on nad vastandlikud või üksteist täiendavad.

Teises osa empiirilisest andmestikust on esitatava analüüsiga, täielikuma ülevaate küsitlustulemustest põhilistes vastajarühmades annavad peatüki lisatabelid.

1. Ligipääs meediakanalitele

Lisatabelid 8.1, 8.2a ja 8.2b näitavad, et 98%-l Eesti elanikest on värvitelerid, rohkem kui poolel seejuures satelliidi- või kaabliühendus – eeskätt aga Tallinnas ja Kirde-Eesti linnades, seetõttu kolmveerandil mitte-eestlastest. Maal (v.a Tallinna, Tartu ja Pärnu ümbrus) saab satelliidi- ja kaabliprogramme jälgida kõigest 28% vastajatest, väiksemates linnades ja suurlinnade läheduses ligikaudu pool, keskmine ligipääs mitmekesistele teleprogrammidele on eestlaste hulgas küllalt tagasihoidlik – 42%. Märkimisväärne osa eestlastest (21%) märgib, et ei saa seda endale lubada, kuigi tahaks, ja 12% kavatseb muretseda.

Lauatelefon on 70%-l elanikkonnast, sama paljudel on mobiil (viimase kohta on detailsemad andmed esitatud 9. peatükis). Poolel vastajatest on muusikakeskus, ligi poolel videoaparatuur, ootuspäraselt on need rohkem levinud noorte ja nooremas keskeas vastajate hulgas. Kolmandikul vastajatest on kodus arvuti, veerandil internetiühendus ja printer. Kõige suuremad erinevused ligipääsus uuele meediale, nagu ka vajaduses selle järele, on vanusegruppide vahel, suuri erinevusi märkame ka sissetuleku- ja haridusrühmi võrreldes. Samal ajal on uus meedia rõõmustavalt palju levinud ka maal, oluliselt rohkem kui Narvas, Kohtla-Järvel ja Sillamäel, kus uue meedia levik jääb märgatavalt alla mitte-eestlaste keskmisest (mitte-eestlased moodustasid 90% sealsetest küsitletutest).

Uue meediaga seonduvad nii kõige tugevamad ostmiskavatsused kui rahuldamata vajadused – 25–36% vastajatest märkis, et ei saa endale lubada soovitud arvutit või internetiühendust (mitte-eestlaste seas on rahuldamata soove mõnevõrra rohkem).

Rahuldamata vajadusi näitavad kokkuvõtlikult vastused küsimusele *Kuivõrd Teil, teie perel*

Tabel 8.1. Raha jätkumine arvuti jaoks ja ajakirjanduse tellimiseks (keele- ja sissetulekurühmades)

Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks?; % rühmast

Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	Kogu-valim	Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	Alla 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Üldiselt jätkub	10	11	7	3	6	11	20	36
Kord jätkub, kord mitte	20	22	16	11	20	26	28	32
Ei jätku, pidanud loobuma	38	35	43	52	36	31	29	9
Ei vaja, ei kuluta + vastamata	32	32	34	33	37	31	23	23
Ajakirjanduse tellimiseks								
Üldiselt jätkub	28	33	17	13	25	38	42	62
Kord jätkub, kord mitte	23	30	11	24	26	23	23	17
Ei jätku, pidanud loobuma	28	23	39	44	27	17	16	6
Ei vaja, ei kuluta + vastamata	21	15	32	19	22	21	20	20

jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks? Erinevate vajaduste nimekiri sisaldas ka arvutiga seotud kulutusi ja ajakirjanduse tellimist, vastuste jaotus keele- ja sissetulekugruppides on antud tabelis 8.1.

Toodud andmete põhjal võib öelda, et arvutiga seotud kulutuste suhtes jaguneb Eesti elanikkond kolme suhteliselt võrdsesse gruppi: need, kellele kodune arvutikasutus on üldiselt kättesaadav; need, kellele see jääb kättesaamatuks; ja need, kes seda ei soovigi. Esimese grupi osakaal kujuneb teise grupi omast suuremaks sissetuleku puhul üle Eesti keskmise (2002. a oli keskmine netosissetulek ühe pereliikme kohta Eestis 2500 krooni kuus).

Ajakirjanduse tellimine on vähemalt mingil määral jõukohane sissetulekutaseme juures üle 1500 krooni pereliikme kohta kuus. Rohkem kui veerand kõigist vastajatest märgib siiski, et on pidanud sellest rahapuudusel loobuma. Oluline on esile tuua mitte-eestlaste tunduvalt väiksemat vajadust trükiajakirjanduse järele – kolmandik märgib, et ei tahagi ajalehti-ajakirju tellida. Seejuures on venekeelsete vastajate hulgas ka tunduvalt rohkem neid, kes on pidanud ajakirjanduse tellimisest rahapuudusel loobuma (39%, eestlaste hulgas 23%). Osalt kajastub selles ka nõrgem vajadus trükiajakirjanduse järele, vahed eestlaste ja mitte-eestlaste keskmistes sissetulekutes on väiksemad kui ajakirjanduse tellimisest rahapuudusel loobumises – sissetulekud jäävad alla 2500 krooni kuus pereliikme kohta 47%-l eestlastest ja 56%-l mitte-eestlastest.

2. Üldised ootused ja hinnangud meediale

Üldiste ootuste ja hinnangute kohta meediale esitati antud uurimuses vähe küsimusi, mõningane ülevaade nende põhjal kogutud andmetest on toodud lisatabelis 8.3.

Lisaks allpool põhjalikumalt käsitletavale [illegible] musele erinevate institutsioonide, meediakanalite ja rahvarühmade usaldamise kohta esitati vastajatele kaks vastandlikku väidet Eesti ajakirjanduse arengutendentside kohta: (1) tase käib alla ja usaldusväärsus kahaneb; (2) tase paraneb ja usaldusväärsus tõuseb. Vastajate arvamused jagunesid selles suhtes pooleks, kusjuures eestlaste hulgas olid kerges ülekaalus positiivsed arvamused, mitte-eestlaste hulgas tugevas ülekaalus negatiivsed arvamused (lisatabel 8.3). Tähelepanuväärne on kriitiliste arvamuste ülekaal kõrgharidusega vastajate hulgas.

Lisatabelis 8.3 toodud andmete põhjal [illegible] erinevate meediakanalite usalduse kohta [illegible] järgmisi üldistusi:

- eestlased usaldavad Eesti meediat [illegible] rohkem kui mitte-eestlased;
- avalik-õiguslikku ringhäälingut usaldatakse oluliselt rohkem kui erakanaleid (mis ei tähenda maseid aktiivselt vaatamast ja kuulamast);
- vanuse kasvades väheneb usaldus [illegible] nalite vastu, suureneb usaldus Eesti Raadio (raadio puhul on see kooskõlas ka kasutamisharjumustega – üle 50-aastaste kuulajate seas on eelistatav Vikerraadio; vt Lõhmus & Vihalemm 2004).

Erinevatele meediakanalitele antud usaldushinnangute korrelatsioonanalüüsi põhjal (tabel 8.2) võib öelda, et Eesti ajakirjanduse [illegible] datavus seostub kõige tugevamini ajalehtedega. Järelikult on ajaleht teataval määral ajakirjanduse (ning seeläbi usalduse) etalon, millega [illegible] dakse.

Tabel 8.2 võimaldab teatud määral vastust küsimusele, kas usaldus meediakanalite vastu on üldise usalduse väljendusvorm või omaette [illegible] duse liik. Nagu näeme, on meediakanalite usaldushinnangute seosed üldise

Tabel 8.2. Korrelatsioonikoefitsiendid erinevate usaldushinnangute vahel

	ETV	Eratele-kanalid	Ajalehed	Eesti Raadio	Era-raadiod	Interneti-portaalid	Kas Eesti ajakirjan-duse tase paraneb?	Usalduse üld-indeks
ETV	1	0,57*	0,51*	0,65*	0,45*	0,17*	0,18*	0,54*
Eratelekanalid	0,57*	1	0,43*	0,46*	0,66*	0,32*	0,15*	0,56*
Ajalehed	0,51*	0,43*	1	0,56*	0,47*	0,31*	0,30*	0,47*
Eesti Raadio	0,65*	0,46*	0,56*	1	0,51*	0,25*	0,18*	0,54*
Eraraadiod	0,45*	0,66*	0,47*	0,51*	1	0,36*	0,14*	0,48*
Internetiportaalid	0,17*	0,32*	0,31*	0,25*	0,36*	1	0,04	0,43*
Kas Eesti ajakirjandu-se tase, usaldusväär-sus paraneb?	0,18*	0,15*	0,30*	0,18*	0,14*	0,04	1	0,22*
Usalduse üldindeks	0,54*	0,56*	0,47*	0,54*	0,48*	0,43*	0,22*	1

*Korrelatsioonid on statistiliselt olulised nivool $p \leq 0,01$.

indeksiga, mis kajastab "summaarset" usaldust institutsioonide, mõjugruppide ja meedia vastu) tervikuna tugevad. Seejuures avalduvad eriti tugevad korrelatsioonid (üle 0,5) üldise usalduse ning üksikutele elektroonilise meedia kanalitele (eratelekanalid, ETV, Eesti Raadio) antud usaldushinnangute vahel. Võime lisada, et seosed üldise usalduse ja institutsioonide usaldamise vahel on samuti tugevad, varieerudes vahemikus 0,57 (valitsus) kuni 0,29 (kirik). Usaldusindeksi seosed mõjugruppidele antud usaldushinnangutega on samuti mõõdukad, varieerudes vahemikus 0,53 (poliitikud) kuni 0,39 (teadlased).

Üldine usaldus seondub seega usalduse kõigi aspektidega ning usaldus meedia vastu ei kujuta endast iseseisvat usalduse vormi.

Traditsioonilise meedia kasutus erinevates rahvarühmades

Uuringus *Mina. Maailm. Meedia* oli tähelepanu all erinevate trükimeedia-, raadio- ja telekanalite jälgimine vastaja poolt (kanalite nimekiri on toodud lisatabelites 8.5a ja 8.5b, põhiliselt nendele andmetele tuginedes allpool esitatud erinevate rahvarühmade võrdlus), kanalite tähtsus infoallikana (vt lisatabel 8.9), meelelahutuse allikana (lisatabel 8.10), harmoonia ja tasakaalu allikana (lisatabel 8.11), lõimitud erinevate valdkondade vastu (lisatabel 8.12), erinevate ajalehtede ja ajakirjarühmade lugemine (lisatabelid 8.6a, 8.6b, 8.7a, 8.7b, 8.8a ja 8.8b).

Meediakasutuse mahu ja suunitluse üldiseks iseloomustamiseks moodustati üksiktunnuste põhjal 30 koondtunnuse (indeksi), mis võimaldasid võimalikult erinevaid rahvarühmi keskmisest suurema või väiksema Eesti, Venemaa või Lääne meediale orienteerituse alusel, ajalehtede ja ajakirjade (samuti nende erinevate liikide) lugemise aktiivsuse põhjal, erinevate raadio- ja telekanalite jälgimise regulaarsuse alusel jne. Lisatabelites 8.4a ja 8.4b esitatud andmete põhjal on võimalik esile tuua traditsioonilise meedia kasutuse ja meediasuhte üldtendentse erinevates rahvarühmades.

3.1. Meediakasutust diferentseerivad tegurid

Küsitlustulemused osutavad väga suurtele erinevustele eestlaste ja mitte-eestlaste meediaruumis, seega igapäevases sotsiaalses ja kultuurilises keskkonnas. Samal ajal osutavad küsitlustulemused selgesti nende erinevuste vähenemisele noorte hulgas ja väljaspool Kirde-Eestit. Erinevuste ja sarnasuste selgemaks väljatoomiseks on allpool esitatud kahe keelekogukonna võrdlus nii üldtendentside tasemel kui vanuse, hariduse, elukoha ja sissetuleku järgi moodustatud rühmades.

Keelekasutuse kõrval on tugevaks meediakasutust eristavaks teguriks vanus, sissetulek ja haridus, seda eriti uue meedia, aga ka trükisõna puhul (vt lisatabelid 8.4–8.8). Elukoht eristab meediakasutust palju vähem (kui Kirde-Eestit mitte arvesse võtta). Selle piirkonna, nagu ka maal elavate inimeste eripära, tuleneb eeskätt rahvuslikust koosseisust. Siiski on ka Narvas, Sillamäel ja Kohtla-Järvel elavate eestlaste meediakasutus oluliselt erinev mujal elavate eestlaste omast, mis võib tuleneda asjaolust, et küsitletute hulgas oli neid vaid 17. Meeste ja naiste üldises meediakasutuses ei ole suuri erinevusi, üksikasjalikum analüüs osutab siiski olulistele erinevustele ajakirjade lugemises (vt lisatabel 8.8a).

3.2. Eestlased ja mitte-eestlased meediakasutajatena: üldtendentsid

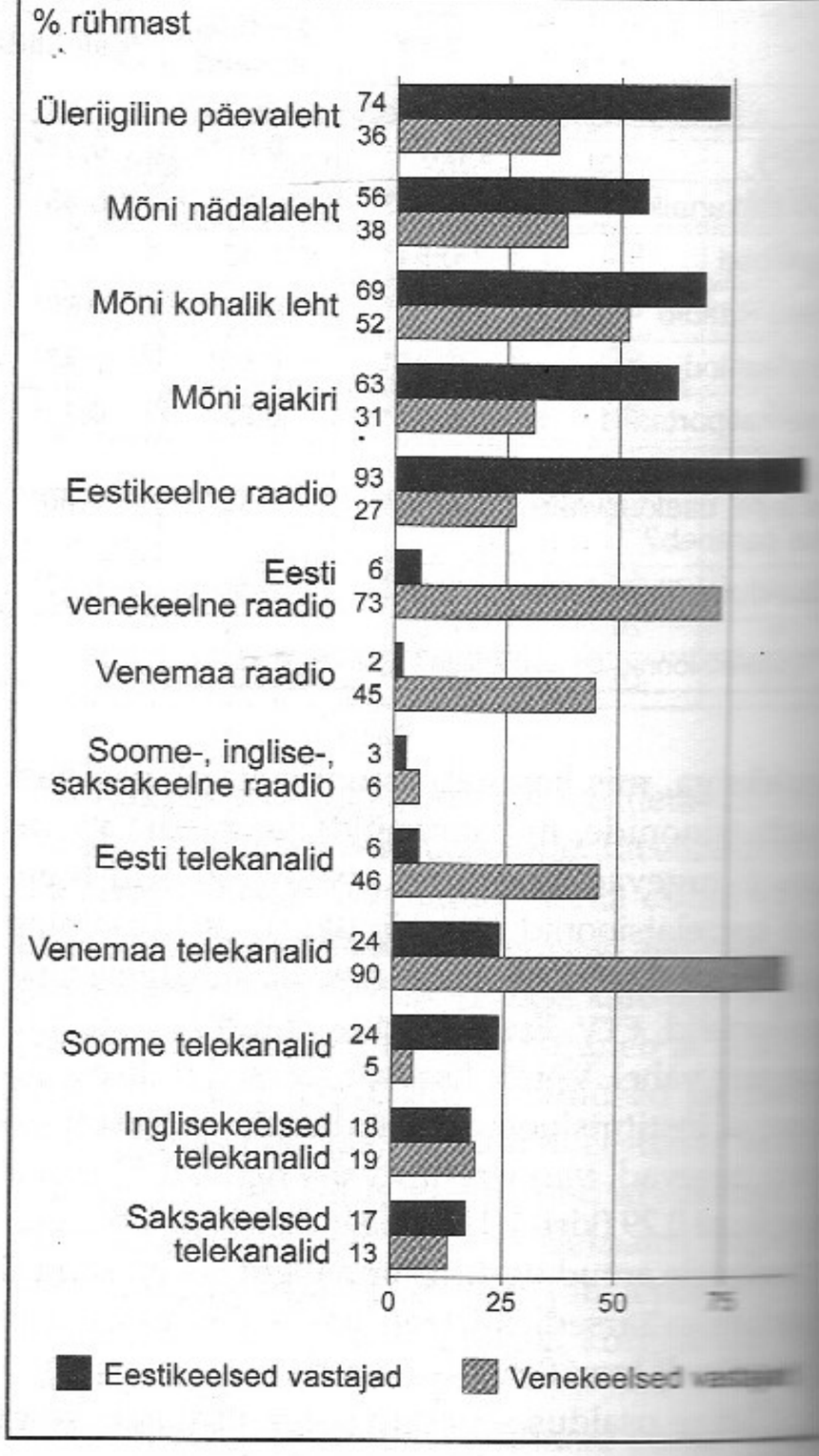
Mitte-eestlasi iseloomustab väiksem huvi ajalehtede ja ajakirjade vastu. Nii Eestis ilmuvate kui Venemaa väljaannete lugejaskond on suhteliselt vähene, eestlastega võrreldavat lugemisaktiivsust näeme vaid kõrgharidusega inimeste hulgas (vt lisatabelid 8.6a, 8.6b, 8.7a ja 8.7b). Vaid kolmandik kohalikest venelastest loeb regulaarselt mõnda üleriigilist päevalehte (eestlastest kolmveerand). Samalaadsed proportsioonid on ajakirjade lugemises – mõnda ajakirja loeb regulaarselt 63% eestlastest ja 31% mitte-eestlastest. Nädalalehtede lugemises on vahed väiksemad, regulaarseid lugejaid on mitte-eestlaste hulgas ligikaudu sama palju kui päevalehtede lugejaid (38%), kuid eestlaste hulgas on nende loetavus võrreldes päevalehtedega oluliselt väiksem (56% regulaarseid lugejaid). Ka regionaalse trükimeedia osas on lahknevused tänu kohalike väljaannete aktiivsele tarbimisele eelkõige Ida-Virumaal mõnevõrra väiksemad (69% eestlastest ja 52% mitte-eestlastest loeb regulaarselt mõnda kohalikku lehte).

Võrdluseks siinkohal Emori andmed novembrist 2002: kui kõigi Eestis ilmuvate ajalehtede lugemine arvesse võtta, luges regulaarselt vähemalt üht ajalehte 84% eestlastest ja 66% mitte-eestlastest, regulaarselt loetavate lehtede keskmine arv oli eestlastel 2,2 ja mitte-eestlastel 1,6 ajalehte. Regulaarselt luges vähemalt üht Eestis ilmuvat ajakirja Emori andmetel 81% eestlastest ja 52% mitte-eestlastest, keskmine regulaarselt loetavate Eesti ajakirjade arv oli vastavalt 3,0 ja 1,2 (vt Vihalemm 2004). Siinkohal peab arvesse võtma metoodika erinevust – meie andmed tuginevad ühele otseküsimusele, Emori andmed kujutavad endast indeksit, mis on saadud konkreetsete väljaannete lugemise või mittelugemise üldistamisel. Kuna seejuures näidati vastajale väljaannete päistiitleid, millest igaühe puhul tuli öelda, kas vastaja on seda lugenud ja kui mitut numbrit viimasest kuuest (mõne ajakirja puhul neljast), siis on loomulik, et lugejate osakaal kujunes suuremaks, eriti harvemini ilmuvate väljaannete, ajakirjade puhul.

Venemaa väljaandeid kohalikud venelased eriti ei loe, kuigi tegid seda aktiivselt nõukogude ajal (vt Vihalemm & Kõuts 2004). Meie andmetel luges 2003. a mõnda Venemaa ajalehte regulaarselt 15% ja mõnda ajakirja 10% mitte-eestlastest (vt lisatabelid 8.7a ja 8.7b).

Raadiokuulamise üldine maht on Emori andmetel eestlastel ligikaudu 50 minutit päevas suurem kui mitte-eestlastel – nelja viimase sügise (2000–2003) keskmine eestlastel 4 t 7 min päevas, mitte-eestlastel 3 t 17 min (Vihalemm 2004). See-

Joonis 8.1. Regulaarne meediatarbimine eesti- ja venekeelsete vastajate seas

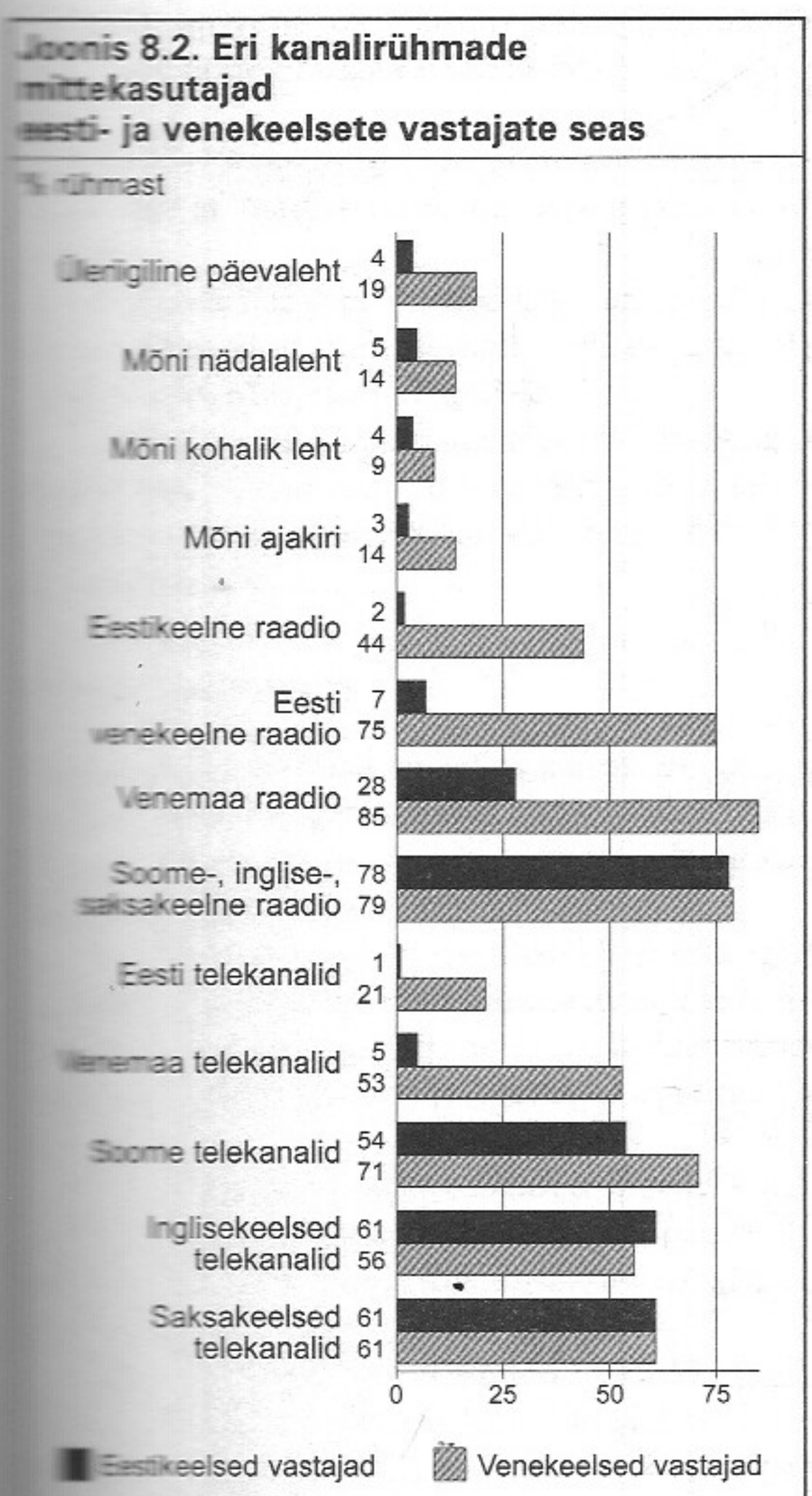


juures kuulatakse erinevaid jaamu. Eestlaste kuulab valdav osa (93%) regulaarselt Eesti raadiojaamu ja üksnes väike hulk muukeelseid jaamu (kohalikke venekeelseid 6%, Venemaa raadiojaamu 2%, võõrkeelseid 3%; vt joonis 8.1, lisatabel 8.5a).

Mitte-eestlaste raadiojaamade valik on väga mitmekülgne (vt joonis 8.1, lisatabel 8.5a). Venekeelne elanikkond kuulab esmajoones kohalikke venekeelseid raadiojaamu (73%), kuulatavuselt järgnevad Venemaa (45%, peamiselt piiriäärsete aladel), eestikeelsed raadiojaamad (27%, eelkõige pealinnas või valdavalt eestikeelse elanikkonnaga piirkondades) ning võõrkeelsed raadiojaamad (6%).

Nii eestlased kui ka mitte-eestlased on aktiivsed televaatajad, üldine vaatamismaht ületab eestlastel päevas ligikaudu poole tunni võrra venelasi rem. Nelja viimase aasta (2000–2003) kuu keskmine on Emori andmetel eestlastel 4 t 7 min ja mitte-eestlastel 4 t 45 min päevas (Vihalemm 2004: 442). Jälgitakse erinevaid telekanaleid, lahknevused tulenevad jällegi keelelisest eelistusest, kuid trükiajakirjanduse või isegi raadio

Joonis 8.2. Eri kanalirühmade mittekasutajad eesti- ja venekeelsete vastajate seas



…mmeldes ei ole need nii suured. Eesti telekanaleid …vatab meie andmetel (joonis 8.1, lisatabel 8.5a) re…gulaarselt 96% eestlastest ja 46% mitte-eestlastest, …Venemaa telekanaleid 24% eestlastest ja 90% mit…teestlastest, Soome telekanaleid 24% eestlastest …8% mitte-eestlastest, inglise- ja saksakeelseid te…lekanaleid enam-vähem võrdne hulk eestlasi ja …mitte-eestlasi (vastavalt 18% ja 19% ning 17% ja …19%).

Lisaks erinevate kanalirühmade regulaarsete …vaatajate osakaalule on eestlasi ja mitte-eestlasi …mõttes võrrelda ka selle järgi, kuipalju on neid, kes …mingi kanalirühma mõjuväljast hoopis välja jää…vad (joonis 8.2, lisatabel 8.5a).

Mitte-eestlaste hulgas on märkimisväärne …osa, kelle kontaktid Eesti meediaga on vähesed. …Venekeelsest elanikkonnast ei loe meie andmetel …üleriigilisi ajalehti (eestlastest 4%), 14% ei loe …nädalalehti (eestlastest 5%), 9% ei loe kohalikke …lehti (4%) ja 14% ei loe ajakirju (3%).

…Ainult 2% eestlastest ei kuula Eesti raadiojaa…me, samas kui 7% venekeelsest elanikkonnast ei kuula kohalikku venekeelset raadiot. 21% mitte-eestlastest ei vaata üldse Eesti telekanaleid ja ainult 5% ignoreerib täielikult Vene telekanaleid (eestlaste seas on vastavad protsendid 1 ja 53). Välismaistesse massiteabevahenditesse suhtuvad nii eestlased kui ka mitte-eestlased ligilähedaselt ühtemoodi: neid ei tarbi 50–60% täiskasvanutest, erinevused on märkimisväärsed Soome TV jälgimises (vt joonised 8.1 ja 8.2, lisatabel 8.5a).

Selgitamaks, millistes vanuse-, hariduse-, sissetuleku- ja elukoharühmades ilmnevad ülalkirjeldatud tendetsid tugevamini ja millistes nõrgemini, võrdleme järgnevalt meediakasutust vastavates eesti- ja venekeelsetes vastajarühmades.

3.3. Eri vanuserühmad meediakasutajatena

Järgnevas analüüsis toetutakse otseküsimusega kogutud andmetele erinevate kanalirühmade kasutuse kohta, täiendades seda küsitluse teiste andmetega.

Eri vanuserühmadesse kuuluvad eestlased kasutavad erinevaid traditsioonilisi meediakanaleid palju ühtlasemalt kui mitte-eestlased (vt tabel 8.3a). Üldtendentse meediakasutuses võib iseloomustada järgnevalt.

Noored, 15–19 aastat

• Kui venekeelset elanikkonda üldiselt iseloomustab palju väiksem ajalehtede lugemine, siis veelgi väiksemad lugejad on 15–19-aastased vene noored: 36% nendest ei loe üldse üleriigilisi päevalehti ja 20% kohalikke lehti (keskmised vastavalt 19% ja 9%). Üleriigiliste lehtede regulaarseid lugejaid on kõigest 16% (keskmine 36%) ja kohalikel lehtedel 31% (52%; vt lisatabel 8.5a).

• Samal ajal loevad 15–19-aastased mitte-eesti noored vanemate venelastega võrreldes mõnevõrra rohkem ajakirju (43% regulaarseid lugejaid, keskmine 31%) ja vaatavad Eesti telekanaleid (56% regulaarseid vaatajaid, keskmine 46%). Võib arvata, et vene noored eelistavad neid kanaleid, mis pakuvad visuaalset infot, ning huvituvad vähem pakutava sisulisest poolest.

• Venekeelsed noored tarbivad vanemate vene rühmadega võrreldes enam eestikeelseid massiteabevahendeid, eelistades seejuures heli ja pilti, mitte kirjalikku teksti (kuigi ka *Postimehe* juhulugejaid on noorte hulgas veidi rohkem, vt lisatabel 8.7a).

• Eesti noored, vastupidi, jälgivad teistest vanuserühmadest vähem venekeelseid meediakanaleid. Nagu näeme sotsiaalse ruumiga ja keelekasutusega seonduvatest küsitlustulemustest (vt 4. ja 5.

Tabel 8.3a. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (vanuserühmades)

% vanuserühmast vastuste põhjal küsimusele *Kui sageli jälgite mõnda allpool loetletud kanalitest?*
Trükimeedia puhul loetud regulaarseks jälgimiseks vastusevariandid *pidevalt* + *küllaltki sageli*, raadio ja televisiooni puhul *iga päev* + *mitu korda nädalas*.

	Eestikeelsed vastajad						Venekeelsed vastajad					
	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74
Üle-eestilised päevalehed	71	70	77	80	82	68	16	34	39	52	56	37
Nädalalehed	53	54	66	60	58	53	33	45	42	41	43	34
Kohalikud lehed	61	54	74	73	84	77	31	58	53	59	60	55
Venemaa lehed	*	*	*	*	*	*	21	35	22	23	25	19
Ajakirjad	69	62	67	63	65	57	43	48	32	23	32	14
Eestikeelne raadio	91	86	91	100	98	96	33	33	21	37	30	18
Eesti venekeelsed raadiokanalid	5	4	7	4	7	7	67	69	69	87	93	81
Venemaa raadiokanalid	2	1	3	1	2	7	30	48	48	45	54	65
Inglise-, soome- vm võõrkeelne raadio	7	6	3	3	2	4	4	11	5	6	4	7
Eesti telekanalid	98	96	95	99	99	96	56	29	42	55	68	55
Venemaa telekanalid	14	23	28	31	28	26	93	90	94	88	94	94
Soome telekanalid	24	29	23	23	25	29	6	8	4	3	4	15
Inglisekeelsed telekanalid	26	26	19	15	15	11	41	27	21	11	8	11
Saksakeelsed telekanalid	26	18	17	20	17	12	28	22	9	9	4	9

* Puudus eestikeelsest ankeedist.

peatükk), on vene keele oskus ja huvi Venemaa vastu eesti noorte hulgas keskmisest oluliselt väiksem.

• Ka 15–19-aastaste vene noorte huvi Venemaa ajalehtede ja raadio vastu on keskmisest veidi väiksem.

• Nii eesti kui vene noored jälgivad ülejäänud vanuserühmadest aktiivsemalt inglise- ja saksakeelseid tele- ning raadiokanaleid.

• Kõige nooremat eesti vastajate rühma iseloomustab keskmisest suurem huvi seltskonnaajakirjade vastu: 34% loeb regulaarselt, keskmine 24% (vt lisatabel 8.8a).

Noored, 20–29 aastat

Selles vanuses eestlaste meediakasutus on lähedane 15–19-aastaste omale, samal ajal kui samaealiste mitte-eestlaste rühm erineb märgatavalt nooremast rühmast.

• 20–29-aastased mitte-eestlased loevad ajakirju veelgi enam kui noorem vanuserühm (48% regulaarseid lugejaid, keskmine 31%). Rohkem loetakse nii Eesti kui Lääne ja Venemaa ajakirju (vt lisatabel 8.7a).

• Selles vanuses mitte-eestlased loevad kõige nooremaga võrreldes oluliselt rohkem päevalehtmõõdustikke lehti, kuigi lugemisaktiivsus jääb üldiselt mitte-eestlaste keskmise tasemele.

• Selle vanuserühma eestlased loevad keskmisest veidi vähem kohalikke lehti (ilmselt on selles vanuses kõige sagedasem elukohavahetus, mujale õppima või tööle minek). Tähelepanuväärselt suur erinevus Äripäeva vastu, koos kõige noorema vanusegrupiga loetakse ka keskmisest rohkem *Eesti Päevalehte* (vt lisatabel 8.6a).

• Selle vanuserühma mitte-eestlased vaatavad eestikeelseid telekanaleid oluliselt vähem kui muud vanusegrupid (30% ei vaata neid üldse), kuid kuuvad keskmisest veidi rohkem eestikeelseid raadiojaamu.

• Selle vanuserühma eestlased tarbivad sarnaselt nooremaga venekeelset meediatoodangut keskmisest vähem.

• 20–29-aastased mitte-eestlased on 15–19-aastaste vanuserühma järel teisel kohal välismaiste telejaamade/raadiojaamade jälgimises. Tähelepanuväärselt suurelt loetakse aga Venemaa ajalehti, rohkem kui teistes vanuserühmades (35% regulaarselt lugejaid, keskmine 25%*).

Nooremad keskealised, 30–44 aastat

• Eestlaste hulgas moodustab see vanuserühm kõigi meediakanalite "keskmise tarbija". Mitte-eestlaste puhul kehtib see üksnes trükiajakirjanduse suhtes.

• 30–44-aastased mitte-eestlased jälgivad keskmisest vähem raadio- ja telekanaleid, sh eestikeelseid raadiojaamu.

• 30–44-aastaste eestlaste rühm jälgib suhteliselt aktiivselt kõiki venekeelseid meediakanaleid.

Vanemad keskealised, 45–54 aastat

• Selle vanuserühma eestlased tarbivad keskmisest vähem kohalikke venekeelseid raadiojaamu ja enam Venemaa telekanaleid.

• Selles vanuses mitte-eestlased vaatavad ja kuulavad keskmisest rohkem Eesti tele- ja raadiojaamu. See näitab, et selle vanuserühma eestlased ja mitte-eestlased – nagu 15–19-aastased nooredki – on suhteliselt paremini integreerunud üksteise inforuumi.

• Sellest vanusest alates kuulavad mõlemad rahvusrühmad keskmisest rohkem emakeelseid Eesti raadiojaamu.

• Sellest vanusest alates jälgitakse keskmisest vähem Lääne meediakanaleid.

Vanemaealised, 55–64 aastat

• Selle vanuserühma eestlaste seas kasvab veidi kohalike ajalehtede lugemine, muus osas on see rühm kõigi meediakanalite (v.a välismaiste kanalite) keskmine tarbija.

• Sama vanuserühma mitte-eestlased tarbivad aktiivsemalt kõiki kohalikke massiteabevahendeid, eelkõige päevalehti ja Eesti telekanaleid.

Pensionärid, 65–74 aastat

• Mõlemas rahvusrühmas on trükisõna jälgimine keskmisest väiksem.

• Mõlemas rahvusrühmas kasvab raadiokuulamisele ja televaatamisele kulutatav aeg proportsionaalselt vanusega, jõudes Emori andmetel kõige vanemas rühmas 4 tunni ja 47 minutini raadiokuulamist ja 5 tunni 7 minutini televaatamist päevas (novembrikuu keskmine 2000–2003).

• Venekeelsete pensionäride hulgas on Eesti raadiojaamade jälgimine keskmisest väiksem ja Venemaa raadiojaamade kuulamine suurem.

• Venekeelsete pensionäride seas on nende hulk, kes ei tarbi üldse massiteabevahendeid, keskmisest palju suurem. See puudutab eelkõige Eesti raadiojaamu (neid ei kuula 65%), päeva- ja

*küsimustikus olnud kaks küsimust Venemaa lugemise kohta andsid erinevaid tulemusi, kuivõrd vastuste skaala. Ühe skaala puhul (*loen säännöllisesti sageli*) oli regulaarseid lugejaid 25%, teise (*loen järjekindlalt iga numbrit + pidevalt, ehkki harvemmin*) 15% mitte-eestlastest.*

nädalalehti (ei loe 32-37%) ning Eesti telekanaleid (ei vaata 27%).

Eelnevast nähtub, et vanuselised erinevused on mitte-eestlaste meediakasutuses suuremad, tähelepanuväärne on üleriigiliste päevalehtede vähene loetavus noorte hulgas ja oluliselt suurem loetavus vanemas keskeas inimeste (45–64-aastaste) hulgas.

Eesti telekanalite mõjusfääris on kõik eestlaste ja Venemaa telekanalite mõjusfääris kõik mitte-eestlaste vanuserühmad. Lääne telekanalite ja ajakirjade jälgimine on noorte seas palju aktiivsem.

Venemaa lehti ja ajakirju jälgivad keskmisest rohkem 20–29-aastased mitte-eestlased.

3.4. Meediakasutus sissetulekurühmades

Nagu selgus, ei mõjuta sissetulek peaaegu üldse järgmiste meediakanalite kasutamist (vt tabel 8.3b):

• Eesti raadio- ja telekanalite jälgimine eestlaste seas – neid jälgib regulaarselt 89–99% ja ei jälgi 1–2% erineva sissetulekuga rühmadest;

• Venekeelsete raadiojaamade kuulamine eestlaste poolt (kuulab 4-7%, üldse ei kuula keskmiselt 75%; (vt lisatabel 8.5b);

• Eesti venekeelseid raadiojaamu regulaarselt kuulavate mitte-eestlaste hulk kõigub erinevates sissetulekurühmades üsna vähe: 72–82% kuulab järjekindlalt, mittekuulajate osakaal on kõige kõrgem 4001–6000-kroonise sissetulekuga rühmas (16%);

• Venemaa telekanalite regulaarsete vaatajate hulk on mitte-eestlaste seas samuti stabiilne, kõikudes 88% ja 97% vahel.

Eestlaste seas on sissetulekust sõltuvalt täheldatavad järgmised tendentsid meediakasutuses.

• Mida kõrgem on sissetulek, seda suurem on päeva- ja nädalalehtede lugemise ja Lääne meedia jälgimise aktiivsus. Inimesed, kelle sissetulek on alla üleriigilise keskmise (kuni 2500 krooni), tarbivad trükiajakirjandust keskmisest vähem, suurema sissetulekuga inimesed rohkem. 1501–2500-kroonise sissetulekuga eestlaste rühma iseärasus on see, et selles rühmas on kõige suurem hulk neid, kes ei loe üldse päevalehti (7%), nädalalehti (9%) või kohalikke lehti (6%).

• Nagu näeme lisatabelist 8.8, sõltub ajakirjade lugemine tugevasti sissetulekute tasemest – kõige jõukamas rühmas on ajakirjade lugemine kõige suurem, eriti märgatav on majandus- ja kultuuriväljaannete suurem loetavus.

• Eestlased, kelle sissetulek ületab 4000 krooni, loevad vähem aktiivselt kohalikke lehti kui madalama sissetulekuga rühmade esindajad.

• Eestlased, kelle sissetulek on alla 2500 kr[illegible] vaatavad keskmisest veidi vähem Venemaa [tele]kanaleid (regulaarselt vaatab 24%, üldse ei [vaata] 60–62%); kõrgema sissetulekuga eestlased [vaata]vad keskmisest veidi enam (nt 4001–6000-kr[oonise] sissetulekuga rühmas 36%).

Mitte-eestlaste hulgas on sissetulekute alusel eristatavad kaks põhilist rühma: kuni 4000-kroonise sissetulekuga inimesed, kelle meediatarbimine on keskmisest madalam, ja kõrgema sissetulekuga ning keskmisest suurema meediatarbimisega inimesed.

• Regulaarselt päevalehti lugeva venekeelse elanikkonna osa kasvab 38%-lt madalaima sissetulekuga rühmas 66%-ni 4001–6000-kroonise sissetulekuga rühmas, veidi langedes sellest suurema sissetulekuga inimeste puhul. Sama tendentsi täheldatav nädalalehtede tarbimises, kuid siin nende lugemine kõige aktiivsem üle 6000-kroonise kuusissetulekuga rühmas. Nende hulk, kes [ei] üldse päevalehti, langeb 23%-lt madalaima sissetulekuga rühmas 13%-le kõrgeima sissetulekuga rühmas. Sama tendents ilmneb nädalalehtede [lu]res. Küsitlustulemused näitavad, et kõige pass[iiv]sem ja aktiivsem Eesti trükiajakirjanduse tarbija on mitte-eestlane, kelle sissetulek on 4001–6000 krooni kuus.

• Inimesed sissetulekuga 4001–6000 krooni [on] kõige juhuslikumad Eesti telekanalite vaatajad: 36% vaatab neid regulaarselt, 23% ei vaata [üldse] ülejäänud vaatavad mitteregulaarselt.

• Mitte-eestlased, kelle sissetulek on [üle] krooni, vaatavad teistest aktiivsemalt Eesti[keel]naleid (regulaarselt 59%), kuulavad [eesti]keelset raadiot (38%), loevad eestikeelseid aja[kirju] ning nädalalehti (62%). Selles sissetulekurühmas on kõige vähem meedia mittekasutajaid.

• Kõige vähem loevad Venemaa ajakirju 2500-kroonise sissetulekuga inimesed, kõigemaks (keskmisest 1,6 korda rohkem) need, kelle sissetulek on 4001–6000 krooni.

3.5. Meediakasutuse erinevused haridusrühmades

Kõrvutades erineva haridustasemega [mitte]-eestlaste meediakasutust (tabel 8.[illegible]) võib välja tuua järgmised tendentsid.

• Mitte-eestlaste puhul mõjutab haridus (nagu ka vanus ja elukoht) meediakasutust [palju] võrra rohkem kui eestlaste puhul.

• Nii eestlaste kui ka mitte-eestlaste puhul [võib] me ootuspäraselt tõdeda, et mida kõrgem on [in]ridustase, seda aktiivsem on üleriigiliste [ajak]Lääne meedia jälgimine. Indeksi põhjal [illegible]

Tabel 8.3b. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (sissetulekurühmades)

Ja sissetulekurühmast vastuste põhjal küsimusele *Kui sageli jälgite mõnda allpool loetletud kanalitest?*
Trükimeedia puhul loetud regulaarseks jälgimiseks vastusevariandid *pidevalt + küllaltki sageli*, raadio ja televisiooni puhul *iga päev + mitu korda nädalas.*

	Eestikeelsed vastajad					Venekeelsed vastajad				
	Alla 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Alla 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Üle-eestilised päevalehed	66	75	81	81	89	38	34	41	66	56
Nädalalehed	52	56	65	65	66	34	38	49	55	62
Kohalikud lehed	69	74	77	64	61	59	50	51	69	57
Venemaa lehed	*	*	*	*	*	24	20	29	41	24
Ajakirjad	57	60	74	72	68	32	29	30	41	66
Eestikeelne raadio	92	95	92	95	89	27	26	31	38	38
Eesti venekeelsed raadiokanalid	6	4	7	7	5	74	76	77	72	82
Venemaa raadiokanalid	3	2	3	4	0	54	48	45	39	48
Inglise-, soome- vm võõrkeelne raadio	4	3	6	4	5	5	5	7	12	12
Eesti telekanalid	95	97	99	97	92	49	49	46	36	59
Venemaa telekanalid	24	24	26	36	31	92	92	88	97	94
Soome telekanalid	16	21	27	42	46	5	2	10	19	6
Inglisekeelsed telekanalid	11	15	25	24	38	13	17	29	35	30
Saksakeelsed telekanalid	14	17	23	22	24	12	13	17	22	0

* Puudus eestikeelsest ankeedist.

Tabel 8.3c. Regulaarne meediakasutus eesti- ja venekeelsete vastajate seas (haridusrühmades)

% rühmast vastuste põhjal küsimusele *Kui sageli jälgite mõnda allpool loetletud kanalitest?* Trükimeedia puhul loetud regulaarseks jälgimiseks vastusevariandid *pidevalt + küllaltki sageli*, raadio ja televisiooni puhul *iga päev + mitu korda nädalas*.

	Eestikeelsed vastajad			Venekeelsed vastajad		
	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Üle-eestilised päevalehed	60	77	87	19	40	53
Nädalalehed	44	61	69	30	40	55
Kohalikud lehed	69	71	69	38	58	60
Venemaa lehed	*	*	*	24	25	27
Ajakirjad	64	53	66	31	30	45
Eestikeelne raadio	95	93	91	30	28	30
Eesti venekeelsed raadiokanalid	6	4	7	71	81	67
Venemaa raadiokanalid	3	2	2	44	51	46
Inglise-, soome- vm võõrkeelne raadio	3	4	3	4	6	12
Eesti telekanalid	98	97	94	51	48	47
Venemaa telekanalid	20	27	31	88	93	91
Soome telekanalid	18	27	32	7	5	10
Inglisekeelsed telekanalid	18	17	27	25	17	18
Saksakeelsed telekanalid	17	17	21	17	14	9

* Puudus eestikeelsest ankeedist.

see tendents selgesti ka ajakirjade suhtes (vt lisatabel 8.4a).

• Keskharidusega inimesed mõlemas rahvusrühmas on mõnevõrra aktiivsemad raadiokuulajad ja televaatajad, mis ei ilmne nii selgelt meie tulemustest (indeksi põhjal on televaatamine ja raadiokuulamine vähema kui keskharidusega inimeste hulgas samal tasemel või isegi aktiivsem; lisatabel 8.4a), küll aga Emori andmetest keskmise raadiokuulamise ja televaatamise aja kohta (vt Vihalemm 2004).

• Mida madalam on haridustase, seda enam on selles rühmas inimesi, kes ei kasuta kunagi teatud liiki meediakanaleid. Eestlastel ilmneb see tendents ajakirjade, päeva- ja nädalalehtede, kuid mitte kohalike lehtede suhtes. Kohalike lehtede mitte-lugejaid on veidi enam kõrgharidusega inimeste hulgas (6%). Mida madalam on haridustase, seda enam on välismaiste tele- ja raadiokanalite mittejälgijaid (lisatabel 8.5a).

• Mitte-eestlastel on viimane tendents väljendunud hoopis eredamalt: näiteks päevalehti ei loe 7% alg- või põhikooli haridusega eestlastest ja 38% mitte-eestlastest, 3% keskharidusega eestlastest ja 29% mitte-eestlastest ning 3% kõrgharidusega eestlastest ja 9% mitte-eestlastest. Nädalalehti ei loe 8% alg- või põhikooli haridusega eestlastest ja 29% mitte-eestlastest, 4% keskharidusega eestlastest ja 14% mitte-eestlastest ning 4% kõrgharidusega eestlastest ja 10% mitte-eestlastest. Sama tendents kehtib Eesti venekeelsete raadiojaamade ning võõr- ja eestikeelsete raadio- ja telekanalite osas.

3.6. Meediatarbimise erinevused elukohast lähtudes

Tabeli 8.3d põhjal võib meediakanalite jälgimise esile tõsta järgmisi regionaalseid tendentse.

• Eestlased jälgivad Eesti telekanaleid ühtmoodi aktiivselt kõigis piirkondades.

• Ka eestlaste huvi Eesti raadiokanalite vastu on ühtlaselt kõrge igal pool, mõnevõrra madalam Narvas, Sillamäel, Kohtla-Järvel, kus on märgatavalt väiksem huvi ka üleriigiliste päevalehtede vastu ja suurem huvi kohalike lehtede, Eesti venekeelsete raadiosaadete ja Venemaa meedia vastu.

• Huvi Soome telekanalite vastu on eriliselt märgatavalt suurem Tallinna eestlaste hulgas, kuigi nende tähtsus ja jälgimise aktiivsus on viimase 10-15 aasta jooksul tunduvalt vähenenud.

• Suuremates linnades elavad mitte-eestlased kuulavad ühtviisi kohalikke venekeelseid raadiojaamu, vaatavad Venemaa telekanaleid ja loevad Vene ajalehti.

Mitte-eestlaste, vähemal määral ka eestlaste meediakasutuses eristub kolm spetsiifilist piirkonda: 1) Tallinn ja selle ümbrus, 2) Ida-Virumaa, 3) valdavalt eestikeelse elanikkonnaga linnad.

Tallinna ja selle ümbruse elanikud – nii eesti- kui mitte-eestlased – on üldiselt kõige mo-

[illegible]

[illegible] raadio ja televisiooni puhul *iga päev + mitu korda nädalas*.

	Eestikeelsed vastajad						Venekeelsed vastajad					
	Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa
Üle-eestilised päevalehed	81	70	81	59	75	70	45	44	51	33	26	45
Nädalalehed	67	51	59	60	56	55	46	29	57	38	37	26
Kohalikud lehed	57	70	67	88	79	74	52	39	39	70	38	32
Venemaa lehed	*	*	*	*	*	*	24	32	25	25	27	10
Ajakirjad	64	63	70	64	64	63	36	42	26	29	29	40
Eestikeelne raadio	89	94	96	82	95	94	30	51	45	11	41	67
Eesti venekeelsed raadiokanalid	4	4	6	19	5	6	79	83	86	74	58	55
Venemaa raadiokanalid	2	3	2	12	1	2	43	40	42	59	53	24
Inglise-, soome- vm võõrkeelne raadio	5	6	5	0	4	2	10	3	13	3	6	5
Eesti telekanalid	95	96	98	100	98	98	49	52	71	28	61	91
Venemaa telekanalid	35	26	22	50	26	18	93	77	89	97	82	77
Soome telekanalid	58	11	33	6	12	10	11	0	9	3	4	10
Inglisekeelsed telekanalid	27	26	20	6	16	11	28	19	29	13	18	5
Saksakeelsed telekanalid	17	23	19	13	23	13	13	13	24	10	18	20

* Puudus eestikeelsest ankeedist.

teabevahendite aktiivsemad kasutajad kui teiste piirkondade elanikud, kõige aktiivsemalt loetakse päeva- ja nädalalehti ning vähem kohalikke lehti. Rahvusest sõltumata jälgitakse keskmisest enam võõrkeelseid ning Soome raadio- ja telekanaleid.

Ida-Virumaa mõlema rahvusrühma elanikud jälgivad, vastupidi, rohkem kohalikku ajakirjandust, oluliselt vähem loetakse üleriigilisi päeva- ja nädalalehti.

Ida-Virumaa venekeelne elanikkond jälgib kõige väiksema aktiivsusega Eesti telekanaleid ja eestikeelseid raadiojaamu, keskmisest mõnevõrra rohkem Venemaa tele- ja raadiokanaleid, neid ei jälgi üldse vastavalt 3% ja 16%. On ilmne, et selle piirkonna mitte-eestlased on esmajoones Venemaa meediakanalite mõjuväljas. Neile järgneb tähtuselt kohalik ajakirjandus, üle-eestilisi meediakanaleid jälgitakse vähem, eriti eestikeelseid.

Venemaa meedia mõjuväljas on ka märkimisväärne osa Kirde-Eesti eestlastest.

Valdavalt eesti elanikkonnaga piirkondades jälgivad mitte-eestlased oluliselt rohkem Eesti meediakanaleid, sh eestikeelseid. Näiteks ei kuula üldse eestikeelset raadiot 14% mitte-eesti külaelanikest, 23% Tartu ja Pärnu, 30% Tallinna, Tartu ja Pärnu ümbruse mitte-eestlastest, samal ajal kui keskmine on 48%.

Võõrkeelsete massiteabevahendite kasutamine on nende piirkondade mõlemas rahvusrühmas madal. Erandiks on Tartu eestlased, kes kasutavad võõrkeelseid massiteabevahendeid sama aktiivselt kui Tallinna eestlased.

3.7. Kokkuvõtvalt mitte-eestlaste meediakasutuse eripärast

Eestlased kujutavad endast homogeensemat meediaauditooriumi kui mitte-eestlased. Võib öelda, et eestlaste inforuumil on sõltumata inimeste vanusest, haridusest, sissetulekust ja elupaigast olemas ühendav telg Eesti tele- ja raadiojaamade ning veidi vähemal määral eestikeelsete päeva- ja nädalalehtede näol (mittejälgijaid vastavalt 4% ja 5%; joonis 8.2). Eestlaste meediakasutuse kasvudünaamika on samuti kindlapiiriline: mida kõrgem on sissetulek ja haridustase, seda suurem on kõigi meediakanalite kasutamise aktiivsus.

Mitte-eestlased seevastu ei ole homogeenne rühm. Nende inforuum on väga mitmetahuline, kuigi neilgi on Venemaa telekanalite ja Eesti venekeelsete raadiojaamade näol oma telg (vastavalt 90% ja 73% regulaarseid kasutajaid, 5% ja 7% mitte-kasutajaid; joonised 8.1 ja 8.2). Trükimeedia jälgimises on olukord eestlastega võrreldes oluliselt erinev.

Erinevalt eestikeelsetest väljaannetest ei ühenda venekeelsed ajalehed suurt osa mitte-eestlastest. Samal ajal loeb neist 26% *Postimeest*, kusjuures 7% regulaarselt (lisatabelid 8.7a ja 8.7b). Seejuures loevad kõige enam eestikeelseid ajalehti 15–19- ja 45–54-aastased (lugejaid u 30%), kõrgharidusega (lugejaid u 40%) ja üle 4000-kroonise sissetulekuga (u 50%) inimesed. Arvestades ka Eesti telekanalite suhteliselt sagedast vaadatavust, võib öelda, et mõõdas on olukord, kus venekeelne elanikkond elas üksnes venekeelses inforuumis.

Seejuures tuleb meeles pidada, et eksisteerivad meediakasutajate rühmad (kesk- ja kõrgharidusega töötavad inimesed, kelle sissetulek ületab 4000 krooni), kes tarbivad üheaegselt mitut kanalit, usaldamata neist ühtegi päriselt, ning kes lõpujundavad oma arvamuse mitmekesise info põhjal. Teised rühmad (madala ühiskondliku positsiooni ja haridustasemega) ei tarbi peaaegu üldse kohalikku ajakirjandust ja toituvad sageli kuulujuttudest. Tegelikkuses tähendab see, et venekeelne elanikkond koosneb mitmest väga erineva orientatsiooniga rühmast. Tinglikult võib mõnda neist määratleda nii:

- **Globaalse ja visuaalse orientatsiooniga** 15–19-aastased, kes kasutavad kõiki kättesaadavaid kanaleid, mis pakuvad audiovisuaalset infot (Internet, TV, välismaa ajakirjad, raadio). Kohalikku trükiajakirjandust tarbivad nad juhuslikult või üldse mitte. Selles osas erinevad nad oma eestikeelsetest eakaaslastest, kelle seas on trükiajakirjanduse mittekasutajate hulk väga väike.
- **Globaalse ja mitmekesise orientatsiooniga** 20–29-aastased hea sissetuleku ja kõrge haridustasemega Tallinna ja selle ümbruse elanikud. Nemad on orienteeritud eeskätt inglisekeelsetele ja Soome meediakanalitele.
- **Eesti meediaruumis osalevad**, eestikeelses keskkonnas elavad inimesed, eriti 15–19-aastased, kes on kooli mõjusfääris, ja 45–54-aastased, kes on Eesti ellu integreerunud.
- **Venemaa meediale orienteeritud** Ida-Virumaa elanikud, kelle seotus üle-eestilise meediaga ilmselt ka Eesti ühiskonnaga on nõrk. Osaliselt on see tingitud tegemist 20–29-aastaste inimestega, kes tarbivad keskmisest enam kohalikku venekeelset ajakirjandust (63% neist loeb Vene ajalehti ja ajakirju 2–3 korda rohkem keskmisest). Selle rühma fenomen on objektiivselt raske seletada. Üks võimalikest järeldustest võib tuleneda sellest, et Eestis müüdavad Vene väljaanded on peamiselt meelelahutuslikku iseloomuga ning neil ei ole analooge ei kohalikus vene- ega eestikeelses trükiajakirjanduses.
- **Edule orienteeritud** põhiliselt keskharidusega inimesed, kelle sissetulek on 4001–6000 krooni ja kes tarbivad teistest enam eestikeelseid [illegible]

teabevahendeid, kuid lisaks nendele ka kõiki ülejäänud Eestilisi venekeelseid massiteabevahendeid (päeva- ja nädalalehti, raadiot) ning usaldavad kõige vähem isiklikku arvamust. Meedia poolt pakutust huvitab neid poliitika, Eestit puudutav info ja sündmuste kommentaarid, skandaalid, seltskonnakroonika, kuulsused, kuritegevus, mood. See näib püüab olla teistest enam kursis nii sündmuste kui nende kommentaaridega ning on edu saavutamiseks teiste mitte-eestlaste rühmadega võrreldes märkimisväärselt enam nõus konformeeruma.

- **Mitmekülgse meediakasutusega ärieliit**: majanduslikult suhteliselt hästi kindlustatud, kõrgharidusega mitte-eestlased, kelle sissetulek ületab 6000 krooni pereliikme kohta ja kes kasutavad keskmisest enam globaalseid ja "kvaliteetseid" eesti infoallikaid. Kanalite valik ei sõltu mitte niivõrd keelest, kuivõrd info kvaliteedist. Paljud neist loevad regulaarselt eestikeelseid väljaandeid, kui välismaiseid erialaajakirju. Vaatamata teiste gruppidega võrreldes kõige aktiivsemale kohaliku meedia jälgimisele, ei pea nad kohalikku venekeelset meediat usaldusväärseks infoallikaks ning usaldavad kõige rohkem oma hinnanguid.
- **Väheinformeeritud ja vähekindlustatud**, madala haridustasemega mitte-eestlased, kes jälgivad suhteliselt kõige vähem meediat ja ei usalda seda, orienteerudes sageli kuulujuttudele (nn piirkonnatelefoni ekslejad). Peaaegu pool neist ei loe ühtegi venekeelset ajalehte, 80% ei jälgi üldse eestikeelset trükimeediat. Kõigist meediakanalitest vaatavad nad kõige odavamad, mis edastavad valdavalt kohalikku infot (kohalikud ajalehed ja raadio).

4. Meediakanalid eri funktsioonides

Meie andmestik võimaldab analüüsida ka seda, kui olulisteks peetakse erinevaid meediakanaleid erinevate vajaduste rahuldamiseks. Oleme selgitanud kanalite olulisust kolme liiki funktsioonides: infoallikana, meelelahutusena ning hingelise tasakaalu leidmise vahendina.

4.1. Erinevate kanalite tähtsus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina

Tähtsamad uudiste kanalid on 2003. a küsitlustulemuste põhjal televisiooni uudistesaated ja ajalehed (vt lisatabel 8.9). Keskne infokanal on eestlastele "Aktuaalne kaamera", mida peab väga oluliseks 62% eestlastest. Samal olulisuse tasemel on eestikeelne päevaleht ja TV3 poolt edastatavad "Seitsme uudised", mitte-eestlastele Venemaa telekanalid. Väga oluline infokanal on eestlastele ka kohalik leht (44% märgib suurt tähtsust), "Uued uudised" Kanal 2-st (43%) ja mitte-eestlastele Eesti venekeelne raadio (37%).

Tähelepanuväärseid erinevusi üldise infokanalite olulisuse osas märkame noorte, eriti 15–19-aastaste puhul, kellele televisioon on suhteliselt tagasihoidliku tähtsusega, palju olulisem on koolist saadav info ja Internet. Televisiooni tähtsus uudiste ja teadmiste allikana on keskmisest väiksem ka kõrgharidusega inimestele, kes peavad kõige olulisemaks trükisõna – päevalehti ja raamatuid (vt lisatabel 8.9).

4.2. Erinevate kanalite eelistamine meelelahutuseks ja ajaviiteks

Kõige üldisemalt eelistatakse meelelahutuseks televisiooni (86%), suhtlemist lähedaste inimestega (67%) ja muusika kuulamist (66%). Eestlaste ja mitte-eestlaste eelistused on siin lähedased, vahe on vaid selles, et eestlastel on meelelahutuse leidmiseks kõige olulisemad Eesti telekanalid (86%), mitte-eestlastel Vene telekanalid (85%; lisatabel 8.10).

Ka siin on noorte eelistused üldisest erinevad, televisioon ei kuulu kõige olulisemate meelelahutuskanalite hulka: 15–19-aastastel on esiplaanil muusika (90%) ja Internet (79%; lisatabel 8.10).

4.3. Erinevate tegevuste ja meediakanalite kasutamine hingelise tasakaalu leidmiseks

Selles funktsioonis taanduvad meediakanalid looduses viibimise, muusika ja lähedaste inimeste ees, kuigi muusika kuulamine tähendab valdavalt kuulamist raadiost või muusikamasinast. Vanemate inimeste seas tõuseb aga televisioon olulisemaks muusikast, kõige vanemas grupis ka lähedastest inimestest (vt lisatabel 8.11).

5. Huvi erinevate teemavaldkondade vastu

Küsitlustulemuste põhjal (vt lisatabel 8.12) saab koostada järgmise pingerea 15-74-aastaste Eesti elanike huvidest (huvitujaid vähemalt pool elanikkonnast):

1. Eesti uudised – huvitundmist märkinud 85%
2. Kohalikud uudised – 78%
3. Tervis – 67%
4. Telesaated, filmid – 64%
5. Välisuudised – 60%
6. Kuritegevus, politsei, kohtud – 58%
7. Kodu, pere, lapsed – 57%

8.-9. Huumor – 54%
8.-9. Seadused, määrused – 54%
10. Sotsiaalprobleemid – 51%
11. Loodus – 50%

See pingerida on eestlastel ja mitte-eestlastel suhteliselt sarnane, märkimisväärne on vaid mitte-eestlaste väiksem huvi üleriigiliste uudiste, kuritegevuse ja looduse vastu, suurem huvi seaduste ja määruste vastu (väljaspool ülaltoodud pingereas nimetatud teemasid on olulisi erinevusi muidugi veel, vt lisatabel 8.12).

Suuri erinevusi on meeste ja naiste teemahuvides – naistel on väga tähtsal kohal tervis, millest mehed hoolivad palju vähem (mida näitab ka erinev terviseajakirjade lugemine, vt lisatabel 8.8a); sama kehtib ka kodu, pere ja laste, samuti sotsiaalprobleemide kohta; meeste jaoks on palju olulisemad välisuudised, kuritegevus, huumor, muidugi ka tehnika ja sport (vt lisatabel 8.12).

Noorte huvide erinevustest väärib märkimist 15–19-aastaste väiksem huvi nii kohalike kui üleriigiliste uudiste, seaduste ja määruste, sotsiaalprobleemide, tervise ja looduse vastu ning suurem huvi huumori, telesaadete ja filmide vastu (lisatabel 8.12).

Faktoranalüüsi tulemuste põhjal võib teemahuvid liigitada nelja rühma (detailsemat analüüsi vt 7. peatükist):

- huvi poliitika ja Eesti elu korralduse vastu (kesksed tunnused: huvi Riigikogu, valitsuse, presidendi vastu);
- tehnikahuvi (peamisteks tunnusteks huvi arvutite, autode, tehnika, teadusavastuste vastu);
- huvi igapäevase kultuurikeskkonna vastu (kesksed teemad: kool, haridus, mood, seltskond, tuntud isikud, turismireisid);
- huvi igapäevase sotsiaalse keskkonna vastu (kesksed teemad: kodu, pere, lapsed, maaelu, tervis, loodus, sotsiaalprobleemid, oma vald, Eesti uudised, kuritegevus).

6. Meediakasutuse koondtüpoloogia

Klasteranalüüsi kasutades tegime meediakasutuse andmestiku põhjal kaks tüpoloogilist analüüsi, võttes aluseks kaks üsnagi erinevat tunnustekompleksi: 1) meediakasutuse koondtunnused, mille jaotus erinevates rahvarühmades on põhilises osas esitatud lisatabelites 8.4a ja 8.4b (tunnuste täielik loend on toodud lisatabelis 8.13); 2) erinevate kanalite olulisus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina (üht või teist kanalit väga olulisuseks hinnanute osakaal erinevates rahvarühmades on toodud lisatabelis 8.9, tüpoloogia aluseks olnud tunnuste loend lisatabelis 8.15).

Erinevate tunnuste baasil kujunenud tüpoloogiad osutusid küllalt sarnasteks, kinnitades [illegible] põhitelgede olemasolu Eesti meediaruumis 21. sajandi algul, ja teiselt poolt mõnes punktis olulisel erinevateks, kinnitades vajadust käsitleda meedia kasutust mitte ainult üldise kasutusmahu alusel, vaid ka erinevatele kanalitele omistatud tähtsuse ja tähendusest lähtudes.

Meediakasutuse koondtunnuste põhjal [illegible] tunud kuus tüüpi erinevad üksteisest kolme põhitelje alusel (vt lisatabel 8.13):

- meediakasutuse üldine aktiivsus – esimesse kolme tüüpi (59% kõigist küsitletutest) võib [illegible] mustada kui aktiivseid, kolme ülejäänut kui passiivseid;
- piirdumine üksnes traditsioonilise meediaga (3.–6. tüüp, kokku 55% küsitletutest) või traditsioonilise ja uue meedia ühendamine (1. ja 2. tüüp, kokku 45% küsitletutest);
- orientatsioon üksnes Eesti meediale (1. tüüp, 14%), üksnes Venemaa meediale (5. tüüp, [illegible]) Vene ja Lääne meediale (2. ja 4. tüüp, kokku [illegible]) Eesti ja Lääne meediale (1. tüüp, 26%) või kolmele – nii Eesti, Vene kui Lääne meediale (3. tüüp, 14%).

Peamiseks 1. tüüpi eristavaks jooneks on [illegible] aktiivne ja mitmekesine arvuti ja Internet kaasa arvatud ajalehtede ja ajakirjade [illegible] sioonide lugemine (vastavalt 36% ja 13% [illegible] teeb seda regulaarselt; lisatabel 8.13). See [illegible] ole see vähendanud traditsioonilise meedia [illegible] tuse aktiivsust, vaid televaatamine on sellel [illegible] (nagu ka 2. tüübis, mida samuti iseloomustab [illegible] tiivne uue meedia kasutus) veidi madalam [illegible] misest.

Siiski ei ole 1. tüüp kõige aktiivsem traditsioonilise meedia kasutaja, selle poolest paistab [illegible] 3. tüüp. Sellesse traditsioonilise meedia [illegible] sutaja tüüpi kuuluvad eeskätt vanemad inimesed (42% tüübist on vanuses üle 55), samas kui [illegible] tüübis domineerivad inimesed alla 30 [illegible] 45% ja 49% tüübist; vt lisatabel 8.14).

Koondtunnuste alusel saadud tüpoloogiate hul oli uue meediaga seotud indeksite [illegible] osa, nad hõlmasid 40% tüüpimoodustamisse [illegible] nustest, 6 indeksit 15-st. Teises tüpoloogias [illegible] ternet vaid üks infokanal 16 hulgas. Seetõttu [illegible] mata kujunes see üheks keskseks meediakasutuse tüüpe eristavaks tunnuseks.

Indikaatorite erinevast iseloomust [illegible] kujunesid teise klasteranalüüsi tulemused [illegible] daseks esimese analüüsi tulemustega. Koondtunnuste mi põhiteljed osutusid samaks: 1) meediakasutuse üldine aktiivsus (nelja tüüpi võib [illegible] kui aktiivset ja kaht kui passiivset); 2) traditsioonilise meedia kasutamine (3 tüüpi [illegible]

traditsioonilise ja uue meedia ühendamine (3 tüüpi); Orientatsioon üksnes Eesti või üksnes Vene meediale või Eesti ja Vene või Eesti ja Lääne või Vene ja Lääne meediale (vt lisatabel 8.15).

Kuid teine klasteranalüüs tõi esile ka ühe meediakasutuse tüübi, milles uus ja traditsiooniline meedia ei täienda üksteist, vaid võistlevad omavahel ja uus meedia tungib senise traditsioonilise meediakasutuse asemele, tõrjub seda välja. Nimelt iseloomustab mis on iseloomulik 21%-le kõigist vastajatest, on raadio ja TV olulisus infoallikana väga madal, ajalehtede tähtsus veidi alla keskmise ning Internetil, töökoha või kooli tähtsus infoallikana väga kõrge. Ootuspäraselt domineerivad selles klastris nooremad vastajad: 47% alla 30 aasta, 28% vanuses 30–44. Siiski moodustab vanusegrupp 50–59, kelle puhul tavaliselt kujutame ette uue ja traditsioonilise meedia vastandlikkust, vaid 19% meediakasutuse 3. tüübist (lisatabel 8.16). Ka üldisem vastastikku täiendav uue ja traditsioonilise meedia kasutamine levinud veidi laiemalt kui domineerivate vahekord nende vahel, olles iseloomulik vastavalt 24 ja 21%-le kõigist küsitletutest (lisatabel 8.15).

Kokkuvõte

Kokkuvõtlikult võib seega öelda, et jaanuaris 2003 jagunes Eesti elanikkond vanuses 15–74 meediakasutuse poolest kolme gruppi:

1) need, kes kasutasid nii uut kui traditsioonilist meediat, mille vahekord oli vastastikku täiendav (24% kõigist küsitletutest);
2) nii traditsioonilise kui uue meedia kasutajad, kellel uus meedia oli traditsioonilist välja tõrjumas (21% kõigist küsitletutest);
3) traditsioonilise meedia kasutajad (55% küsitletutest).

Kasutatud kirjandus

Lõhmus, M. & Vihalemm, P. (2004). Raadio Eestis 1960–2004: struktuur, programm ja kuulajad. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalemm, P. & Kõuts, R. (2004). Trükisõna ja lugejaskond Eestis 1965–2004. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalemm, P. (2004). Lisa 7. Meediakasutuse üldtendentsid. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

9

MOBIILID, ARVUTID, INTERNETID: EESTI INFOÜHISKONNA KÜNNISEL

Pille Runnel, Pille Pruulmann-Vengerfeldt

Käesoleva peatükk uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* olid olulisel kohal küsimused uue meedia, s.o mobiiltelefonide, arvutite ja Interneti kasutuse kohta. Käesolev peatükk annab ülevaate erinevatest uue meediaga seotud teemadest ning võrdleb uue meedia kasutajaid soo, vanuse, emakeele, elukoha, sissetuleku ja haridusliku taustaga. Arvuti- ja internetikasutuse küsimuste analüüsimisel on oluline märkida, et suuremale osale küsimustest rakendati filtreid, mistõttu need puudutasid ainult arvutite ja Interneti kasutajad.

Mobiiltelefoni kasutamine

Tabel 9.1 annab ülevaate mobiiltelefoni kasutatavusest, selle aktiivsusest ning seostest tavatelefoni kasutamisega erinevates rühmades. Mobiiltelefoni omamine küsitluse läbiviimise ajal 76% meestest ja 74% naistest. Mobiili omajate hulk on väga selgelt muutunud vanuserühmiti. Kui 65–74-aastaste seas on mobiiltelefoni omanikke 27%, siis näiteks 35–44-aastastest on mobiili omajaid 80%, kõige enam on mobiiltelefoniomanikke aga 20–29-aastaste seas – tervelt 95%. Mobiiltelefonide omamine on tugevalt seotud ka inimeste sissetulekuga, nii on mobiiltelefon 66%-l inimestest, kelle sissetulek on alla 1500 krooni pereliikme kohta, samas kui sissetulekurühmas üle 6000 krooni pereliikme kohta on mobiiliomanike hulk 94%.

Ka elukoht pealinna, suurte linnade ja maaelanike vahel on väga märkimisväärsed, pisut eristub vaid suurlinn, kus mobiiltelefon on 74%-l vastanuist, võrreldes näiteks 70%-ga maal. Mobiili omamine või mitteomamine on seotud ka haridusliku erinevustega. Alg- või põhiharidusega vastanute seas on mobiiliomanikke 56%, keskharidusega vastanuist on mobiiltelefon 73%-l ja kõrgemahariduse vastanuist 79%-l. Kahjuks ei võimaldanud käesoleva uuring vaadelda, kas erinevused mobiiltelefonide hankimises ja kasutuselevõtus on seotud ka mobiiltelefonile omistatud funktsioonide ning seega ka tähenduse muutumisega.

Huvitav on vaadata, milline on mobiiltelefoni kasutamise dünaamika ajas. Nii on varemalustajaid enam meeste kui naiste seas. Meestest on enam kui viis aastat tagasi mobiiltelefoni kasutama hakanud 16% ja neli-viis aastat tagasi 19%. Samas alustas naistest enam kui viis aastat tagasi 5% ja neli-viis aastat tagasi 12%. Kõige enam (30%) naisi on mobiili kasutama hakanud paar-kolm aastat tagasi. Vanuserühmiti on kõige enam varemalustajaid 30–44-aastaste seas (20% on alustanud varem kui viis aastat tagasi). 20–29-aastaste seas on kõige enam neid, kes on alustanud neli-viis aastat tagasi (33%), 45–54-aastastest on kõige enam (29%) alustanud paar-kolm aastat tagasi. Kuigi maal elavate inimeste hulgas on suurusjärgult sama palju kui pealinnaski neid, kes hakkasid mobiili kasutama enam kui viis aastat tagasi (13% pealinnas ja 10% maal), on maainimeste seas kõige enam neid, kes on mobiile kasutama hakanud paar-kolm aastat tagasi (29%). Sel perioodil on kõige enam liitujaid ka kõigis muudes piirkondades, mis tähendab, et toimus üldine hüpe ja mobiiltelefon muutus sel perioodil üldkasutatavaks.

Mobiiltelefonide varasem kasutuselevõtt on seotud rahaliste võimalustega. Varem kui viis aastat tagasi on mobiiltelefoni kasutusele võtnud 37% keskmisest suurema sissetulekuga inimestest, võrreldes sama perioodi 5% alustajatega alla 1500-kroonise sissetulekuga rühmas. Kõrge sissetulekurühma seas on kõige vähem ka neid, kes mobiili ei kasuta (8%), samas kui sissetulekurühmas 1500–2500 krooni ei kasuta mobiiltelefoni 38%.

Mobiiltelefoni kasutamine/mittekasutamine ja kasutamahakkamise aeg erineb ka haridusrühmade lõikes. Alg- või põhiharidusega inimestest ei kasuta mobiili 44%, samas kui kõrgharidusega

mittekasutajaid on vaid 22%. Kõrgharidusega kasutajad olid valdavalt ka varaseimad liitujad (19% enam kui viis aastat tagasi). Keskharidusega inimestest on enam liitujaid olnud paar-kolm aastat tagasi. Alg- või põhiharidusega kasutajate seas on kõige enam liitujaid olnud viimastel aastatel (23% paar-kolm aastat tagasi, 20% sellel või eelmisel aastal).

Rühmiti varieerub ka mobiiltelefoni kasutusaktiivsus. Viimane ühendab endas nii sissetulevate ja väljaminevate kõnede hulka (päevas) kui ka SMS-ide saatmist ja vastuvõtmist (kuus).

Suur kasutusaktiivsus on olulisel määral seotud vastajate sissetulekutega. Väga aktiivset mobiilikasutust esineb kõige rohkem enam kui 6000-kroonise sissetulekuga inimeste seas (37% võrreldes 10%-ga alla 1500-kroonise sissetulekuga inimeste hulgas). Madalaima sissetulekuga rühmas on kõige enam märkimisväärset kasutusaktiivsust (22%).

Meeste ja naiste vaheline erinevus kasutusaktiivsuses ilmneb eelkõige väga suure mobiilikasutuse puhul. Väga suureks hindab aktiivsust 19% meestest ja 10% naistest, märkimisväärseks hindavad mobiilikasutuse aktiivsust enam-vähem võrdselt nii mehed (29%) kui naised (27%). Väheaktiivne kasutus iseloomustab pisut enam naisi (15%) kui mehi (10%). Noored hindavad mobiilikasutuse aktiivsust pigem suureks (väga suur 26%-l ja suur 26%-l 15–19-aastastest). Eelkõige väga suur (26%), suur (25%) või märkimisväärne (39%) on mobiilikasutuse aktiivsus ka 20–29-aastastel. Pigem väheaktiivseks peavad oma mobiilikasutust 55–64-aastased (20%).

Elukohati mobiilikasutuse aktiivsus kuigi tugevalt ei eristu, hariduslike erinevuste lõikes võib eristada kõrgema haridusega mobiilikasutajaid, kelle seas esineb kõige vähem vähest kasutamisaktiivsust (8%) ja kõige enam märkimisväärset kasutusaktiivsust (31%).

Mobiiltelefonide kasutuselevõtt, mis tähendas ühe sidekanali lisandumist, on mõnevõrra muutnud tavatelefonide kasutamise mustreid, kuid mõnd rühma iseloomustab see vähem kui teisi. Nii võib välja tuua soolised erinevused, kuna 33% meestest arvab, et nende tavatelefonide kasutamine on mobiiltelefoni tõttu vähenenud, samas kui seda kinnitab vaid 22% naisi.

Tavatelefoni kasutamisest on üldse loobunud pigem noored mobiilikasutajad (17% 15–19-aastastest ja 16% 20–29-aastastest). Tavatelefoni pole olnudki kõige enam just 20–29-aastastel (16%).

Kõige enam on tavatelefoni kasutamine tänu mobiiltelefonile kahanenud kõrgema sissetulekuga (52% enam kui 6000-kroonise sissetuleku juures ja 42% sissetulekurühmas 4001–6000 krooni) ja kõrgharidusega (39%) mobiilikasutajail, aga ka kõige nooremas vanuserühmas (39%), teistest enam on see vähenenud ka keskharidusega mobiilikasutajail (27%). Tavatelefoni kasutamise vähenemine mobiili kasutuselevõtu tõttu eristab pealinnas elavaid mobiilikasutajaid pisut mujal elavatest – 32%-l pealinlastest on kõned tavatelefonilt vähenenud.

2. Arvuti kasutamine

Küsitluse toimumise ajal kasutas Eestis arvutit 48% elanikkonnast. Joonis 9.1 annab ülevaate arvutikasutusest erinevate elanikerühmade lõikes.

Olulisim erinevus on vanuserühmade lõikes: kus vanemate elanike seas on arvutikasutajaid vaid 9%, samas kui nooremate seas on vaid 12% mittekasutajaid. Selgelt muutub arvuti kasutamine või mittekasutamine haridusrühmade lõikes: kus alg- või põhiharidusega arvutikasutajaid on 36%, samas kui kõrgharidusega vastanutest kasutab arvutit 74%. Venekeelne elanikkond kasutab arvutit mõnevõrra vähem (43%) kui eestikeelne elanikkond (54%). Samamoodi on arvutikasutus seotud sissetulekuga, olles märgatavalt kõrgem suurema sissetulekuga rühmades.

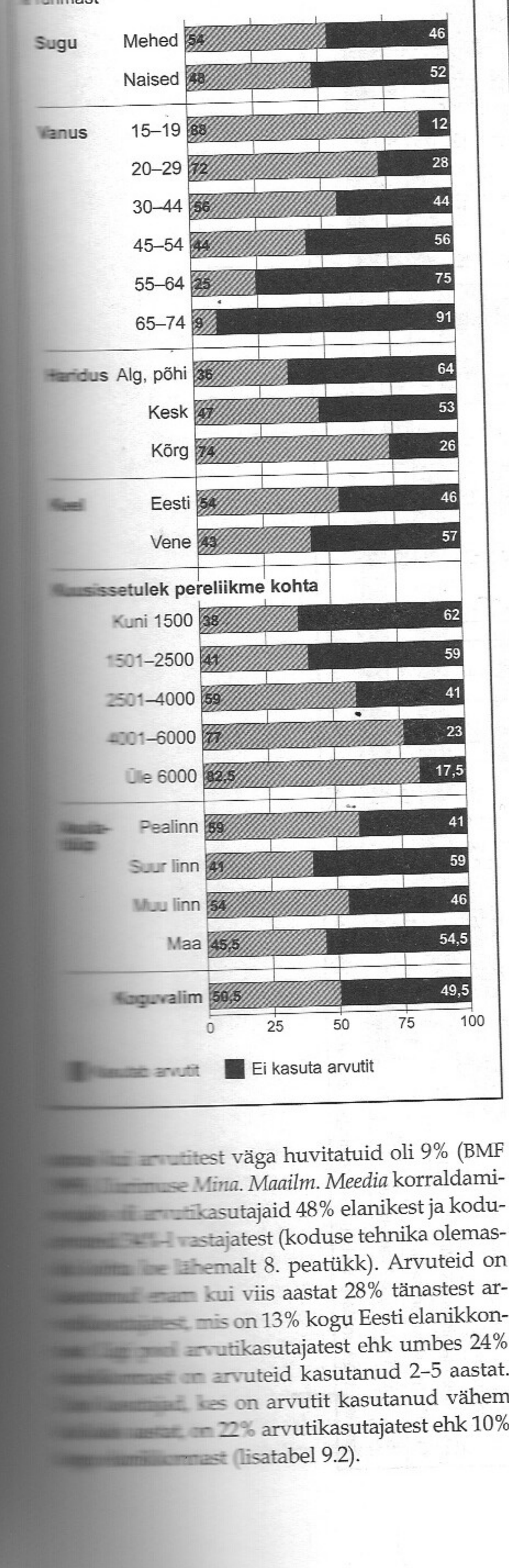
Selgitamaks arvuti mittekasutamise põhjuseid küsiti arvutikasutajatelt, miks nad ei kasuta arvutit kodus (joonis 9.2). Põhjustena toodi peamisteks arvuti olemasolu tööl või koolis, seda, et arvutist katki, ja arvuti liiga kõrget hinda. Samas ei anna selle küsimuse esitus selgust arvuti mittekasutamise põhjustest üldiselt. Muude põhjustena mainiti veel, et olemasolev arvuti on vana ja aeglane, sellega pole seetõttu midagi peale hakata.

Tabel 9.1 annab ülevaate tegevustest, milleks erinevad rahvastikurühmad eelistavad arvutit kasutades tegeleda. Tegevused on pingereastatud ja tabelis on toodud nende tegevuste kuni 10. rühma pingereas. Pingerida on koostatud sageduse alusel – mida sagedamini antud rühma esindajad märkisid end arvutit selleks otstarbeks kasutavat, seda kõrgemal kohal on tegevus pingereas. Tuleb märkida, et 65–74-aastaste seas ei ole ühtegi inimest, kes oleks harrastanud nende pingereas neljale viimasele kohale paigutunud tegevusi.

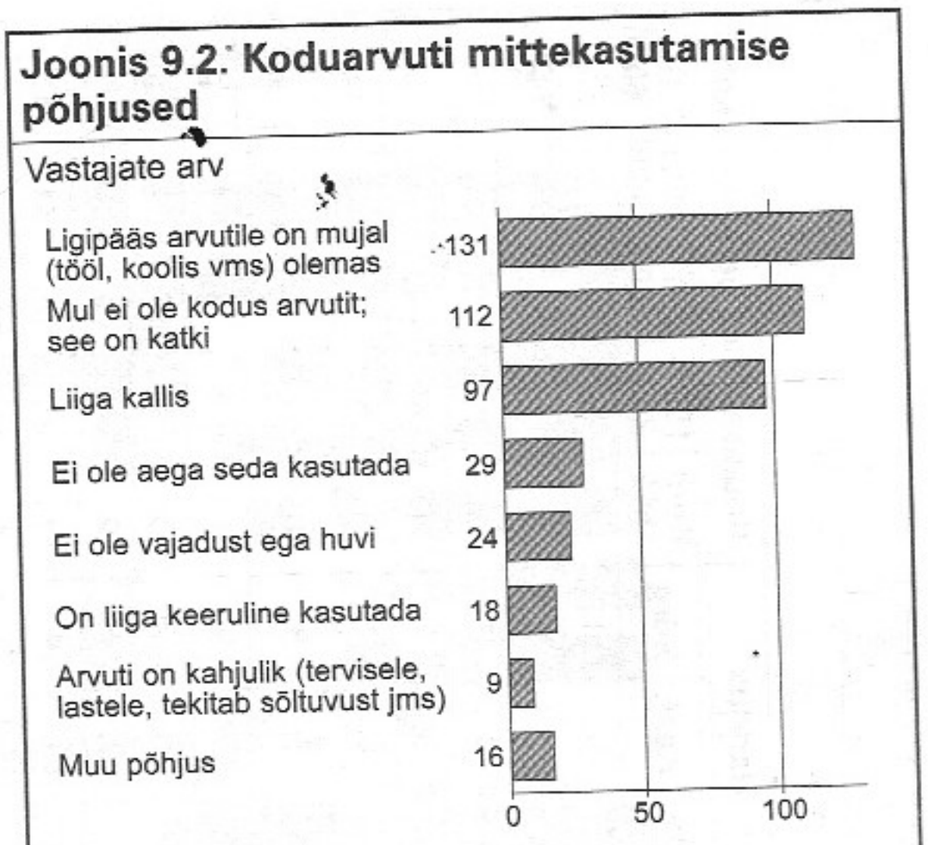
Arvuti roll info otsimise vahendina on pingereastades igal pool esimene. Suuremas osas nimetatutest on e-mailide saatmine teisel kohal, kolmandana tuleb tekstitöötlus. Rohkem erinevusi mudilaste pingereas viimastele kohtadele jäänud mängimise ja professionaalsete tegevuste osas.

Esimesed arvutikasutust jälgivad uuringud Eestis on tehtud BMF-i kaubamärgi all 1[illegible]. koduarvuti omajaid oli Eestis 3% elanikkonnast

Joonis 9.1. Arvutikasutus rahvarühmades



Joonis 9.2. Koduarvuti mittekasutamise põhjused



Enim kasutatakse arvutit tööl või koolis (lisatabel 9.2), kus praktiliselt iga päev kasutab arvutit 65% arvutikasutajatest. Olulised erinevused on arvutit tööl või koolis kasutavate vastajate seas vanuse, hariduse, emakeele ja sissetuleku lõikes. Vanuse puhul on oluline märkida, et alla 20-aastaste seas kasutab tööl või koolis arvutit igapäevaselt vaid 30%, 20–29-aastaste seas 63% ja muudes vanuserühmades kolmveerand või enam arvutikasutajatest.

Kodus kasutab arvutit praktiliselt iga päev 57% arvutikasutajatest. Kodukasutuses on trend vanuse lõikes täpselt vastupidine: mida nooremad on vastajad, seda rohkem on nende seas neid, kes kasutavad arvutit kodus iga päev. Avalikus Internetipunktis (AIP) või sõprade juures kasutatakse arvutit märkimisväärselt vähem. 23% arvutikasutajatest kasutab arvuteid AIP-s vähemalt paar korda nädalas, sõprade juures kasutab arvutit 20%.

Arvutikasutajate enesehinnang oma oskustele kajastub joonisel 9.3. Väga heaks hindab oma oskusi 9% kõigist arvutikasutajatest. Kõige enam hindavad oma oskusi väga heaks üle 6000-kroonise sissetulekuga inimesed (19%), kõrgema haridusega inimesed (13%), 20–29-aastased (12%) ja mehed (12%). Arvutikasutajaid, kes on oma oskusi olematuks hinnanud, on rohkem naiste (4%), 30–64-aastaste (5%), keskharidusega inimeste (5%), venekeelse elanikkonna (6%) ja alla 1500-kroonise sissetulekuga inimeste (5%) seas. Suurem osa inimesi igast rühmast hindab oma arvutikasutusoskusi rahuldavaks, erandiks on 15–19-aastased, kellest 44% hindab oma arvutikasutusoskusi heaks, ja pealinlased, kellest hindab oma arvutikasutusoskusi heaks 35%. Teine erand on 65–74-aastased, kellest suurem osa – 69% – hindab oma arvutikasutuse oskusi väheseks.

arvutitest väga huvitatuid oli 9% (BMF
Uuringuse *Mina. Maailm. Meedia* korraldami-
oli arvutikasutajaid 48% elanikest ja kodu-
vastajatest (koduse tehnika olemas-
lähemalt 8. peatükk). Arvuteid on
enam kui viis aastat 28% tänastest ar-
mis on 13% kogu Eesti elanikkon-
arvutikasutajatest ehk umbes 24%
on arvuteid kasutanud 2–5 aastat.
kes on arvutit kasutanud vähem
on 22% arvutikasutajatest ehk 10%
(lisatabel 9.2).

Tabel 9.1. Arvutikasutuse tegevuste pingerida rahvarühmades

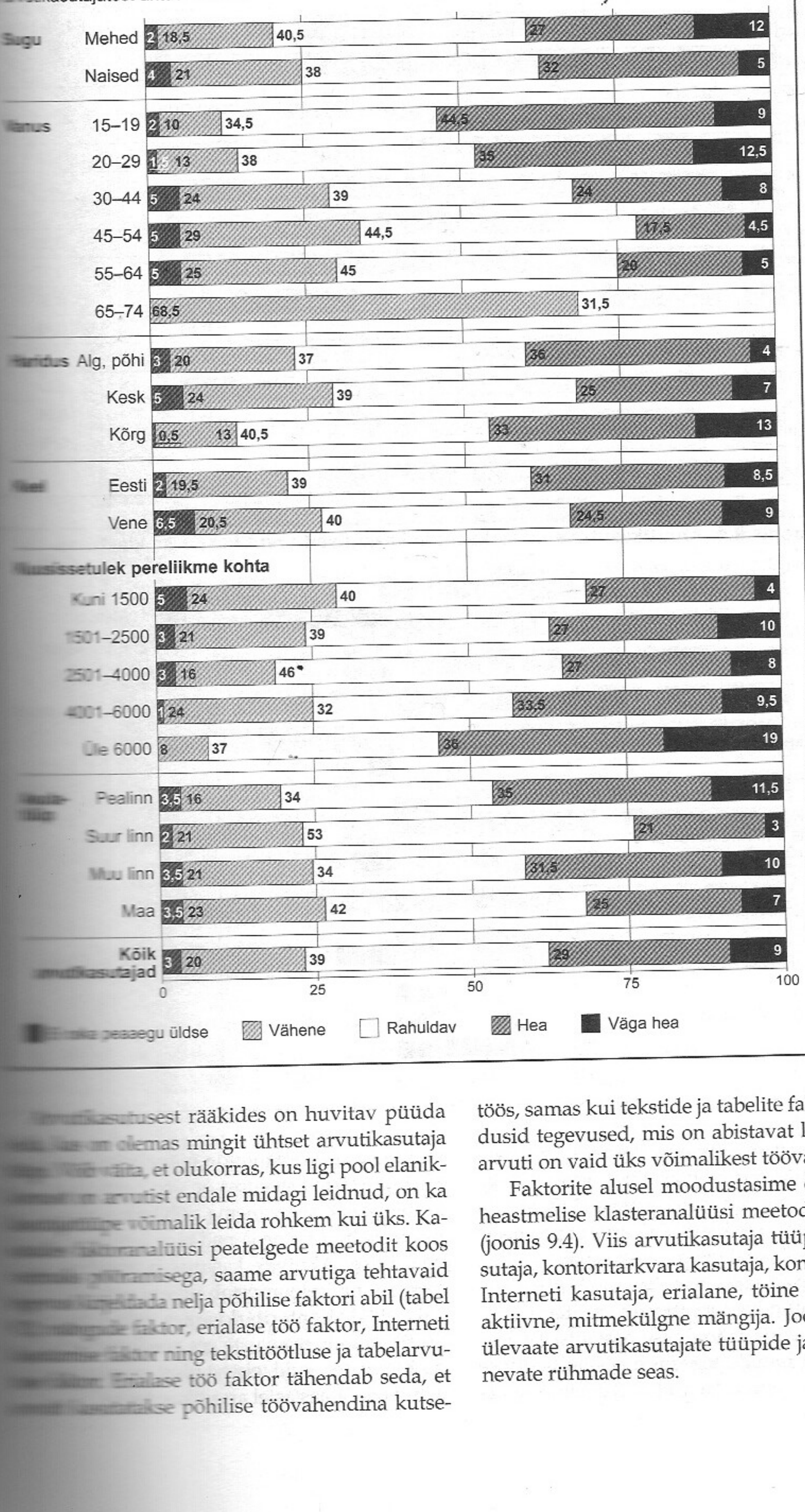
Kasutamise sageduse keskmiste alusel

		Sugu		Vanus						Asulatüüp				Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
	Kui sageli kasutate arvutit järgmisteks tegevusteks?	**M**	**N**	**15–19**	**20–29**	**30–44**	**45–54**	**55–64**	**65–74**	**Pea-linn**	**Suur linn**	**Muu linn**	**Maa**	**Alg, põhi**	**Kesk**	**Kõrg**	**Kuni 1500**	**1501–2500**	**2501–4000**	**4001–6000**	**Üle 6000**
1.	Info otsimiseks	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.	1.
2.	E-mailide saatmiseks	2.	2.	2.	2.	2.	2.	**4.**	**4.**	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	2.
3.	Tekstitöötluseks	**4.**	3.	3.	**4.**	3.	3.	2.	2.	3.	**4.**	3.	3.	**5.**	**4.**	3.	3.	3.	3.	**4.**	3.
4.	Ajalehtede, ajakirjade lugemiseks	3.	4.	**5.**	3.	4.	4.	3.	3.	4.	3.	4.	4.	4.	3.	**5.**	4.	4.	4.	3.	4.
5.	Tabelite koostamiseks	5.	5.	**7.**	5.	5.	5.	5.	5.	5.	5.	5.	5.	**7.**	5.	4.	5.	5.	5.	5.	5.
6.	Filmide vaatamiseks, muusika kuulamiseks	6.	6.	4.	6.	**7.**	**8.**	**12.**	–	6.	6.	6.	**7.**	3.	6.	**8.**	6.	6.	6.	6.	**8.**
7.	Muude mängude mängimiseks	7.	**8.**	**9.**	**8.**	**8.**	6.	**11.**	**11.**	**9.**	7.	7.	6.	6.	7.	**9.**	7.	7.	**8.**	7.	**9.**
8.	Millekski muuks	**9.**	7.	6.	7.	6.	**9.**	**10.**	**10.**	7.	8.	**13.**	8.	**11.**	8.	6.	8.	**9.**	7.	**9.**	6.
9.	Pildi/fototöötluseks	8.	9.	8.	9.	9.	7.	8.	8.	8.	9.	8.	9.	**10.**	9.	7.	9.	8.	9.	8.	7.
10.	Strateegiamängude mängimiseks	10.	**11.**	10.	10.	**11.**	**12.**	**13.**	–	**11.**	10.	9.	10.	8.	10.	**14.**	10.	10.	10.	**11.**	**12.**
11.	Male, kabe, bridži jms mängimiseks	**12.**	**12.**	**13.**	**12.**	**10.**	**10.**	9.	9.	**13.**	11.	10.	11.	**12.**	**12.**	11.	11.	11.	**12.**	**12.**	**13.**
12.	Rolli- ja fantaasiamängude mängimiseks	11.	**14.**	11.	11.	**13.**	**14.**	**14.**	–	12.	12.	12.	12.	9.	11.	**15.**	**13.**	**13.**	11.	10.	**14.**
13.	Küljendamiseks, kujundamiseks	13.	10.	12.	13.	12.	11.	6.	6.	10.	13.	11.	**14.**	13.	13.	10.	12.	12.	13.	13.	10.
14.	Programmeerimiseks	14.	**15.**	14.	14.	14.	**15.**	**15.**	–	**15.**	**15.**	14.	13.	14.	14.	13.	**15.**	14.	**15.**	14.	11.
15.	Koduleheküljede tegemiseks	15.	13.	15.	15.	15.	13.	7.	7.	14.	14.	15.	15.	15.	15.	12.	14.	15.	14.	15.	15.

Halli taustaga on esile tõstetud üldise pingereaga võrreldes kõrgem koht, paksu kirjaga – madalam koht.

Joonis 9.3. Arvutikasutusoskuste enesehinnang rahvarühmades

% arvutikasutajatest antud rühmas



Arvutikasutusest rääkides on huvitav püüda leida, kas on olemas mingit ühtset arvutikasutaja tüüpi. Võib-olla, et olukorras, kus ligi pool elanikkonnast on arvutist endale midagi leidnud, on ka kasutajatüüpe võimalik leida rohkem kui üks. Kasutades faktoranalüüsi peatelgede meetodit koos varimax pööramisega, saame arvutiga tehtavaid tegevusi kirjeldada nelja põhilise faktori abil (tabel 9.2): meelelahutuse faktor, erialase töö faktor, Interneti kasutamise faktor ning tekstitöötluse ja tabelarvutuse faktor. Erialase töö faktor tähendab seda, et arvutit kasutatakse põhilise töövahendina kutsetöös, samas kui tekstide ja tabelite faktorisse koondusid tegevused, mis on abistavat laadi ning kus arvuti on vaid üks võimalikest töövahenditest.

Faktorite alusel moodustasime omakorda kaheastmelise klasteranalüüsi meetodil viis klastrit (joonis 9.4). Viis arvutikasutaja tüüpi on: vähekasutaja, kontoritarkvara kasutaja, kontoritarkvara ja Interneti kasutaja, erialane, töine kasutaja ning aktiivne, mitmekülgne mängija. Joonis 9.5 annab ülevaate arvutikasutajate tüüpide jaotumisest erinevate rühmade seas.

Tabel 9.2. Arvutikasutuse faktoranalüüsi lahend

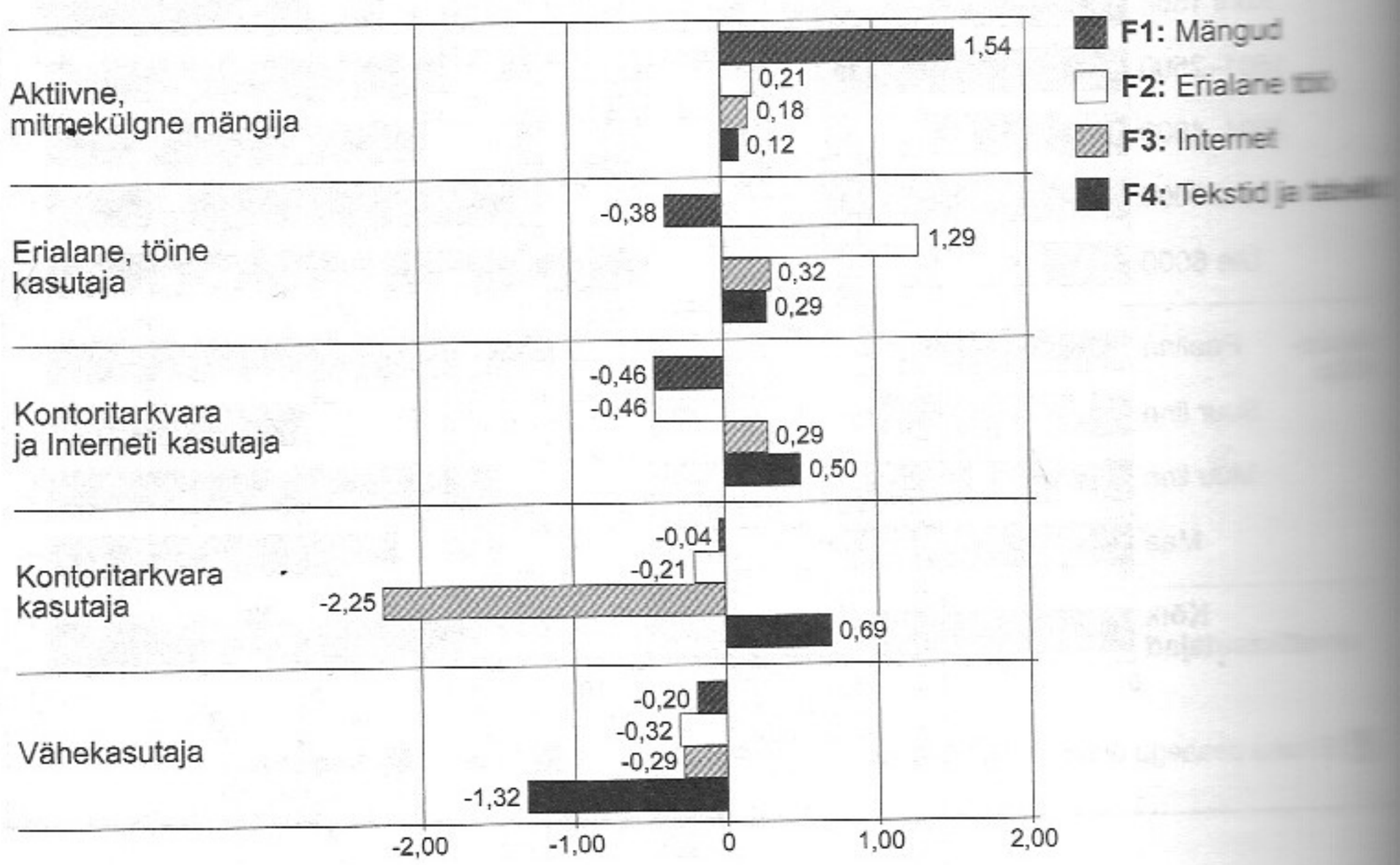
Peatelgede meetod, varimaks pööramine

Kui sageli kasutate arvutit järgmisteks tegevusteks?	**F1:** Mängud	**F2:** Erialane töö	**F3:** Internet	**F4:** Tekstid ja tabelid
Rolli- ja fantaasiamängude mängimine	**0,83**	0,18		
Strateegiamängude mängimine	**0,79**	0,21		
Muude mängude mängimine	**0,69**			
Male, kabe, bridži jms mängimine	**0,63**	0,16		
Filmide vaatamine, muusika kuulamine	**0,52**	0,28	0,26	
Kodulehekülgede tegemine	0,16	**0,79**		
Küljendamine, kujundamine	0,11	**0,64**		0,23
Programmeerimine	0,23	**0,60**	0,13	0,12
Pildi/fototöötlus	0,18	**0,46**	0,24	0,37
Info otsimine			**0,81**	0,18
Ajalehtede, ajakirjade lugemine	0,12		**0,67**	
E-mailide saatmine		0,14	**0,58**	0,30
Tekstitöötlus		0,14	0,22	**0,86**
Tabelite koostamine		0,18	0,22	**0,75**

Paksu kirjaga on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

Joonis 9.4. Arvutikasutuse faktorkaalude keskmised arvutikasutuse klastrites

Arvutikasutuse faktorite faktorkaalude keskmised

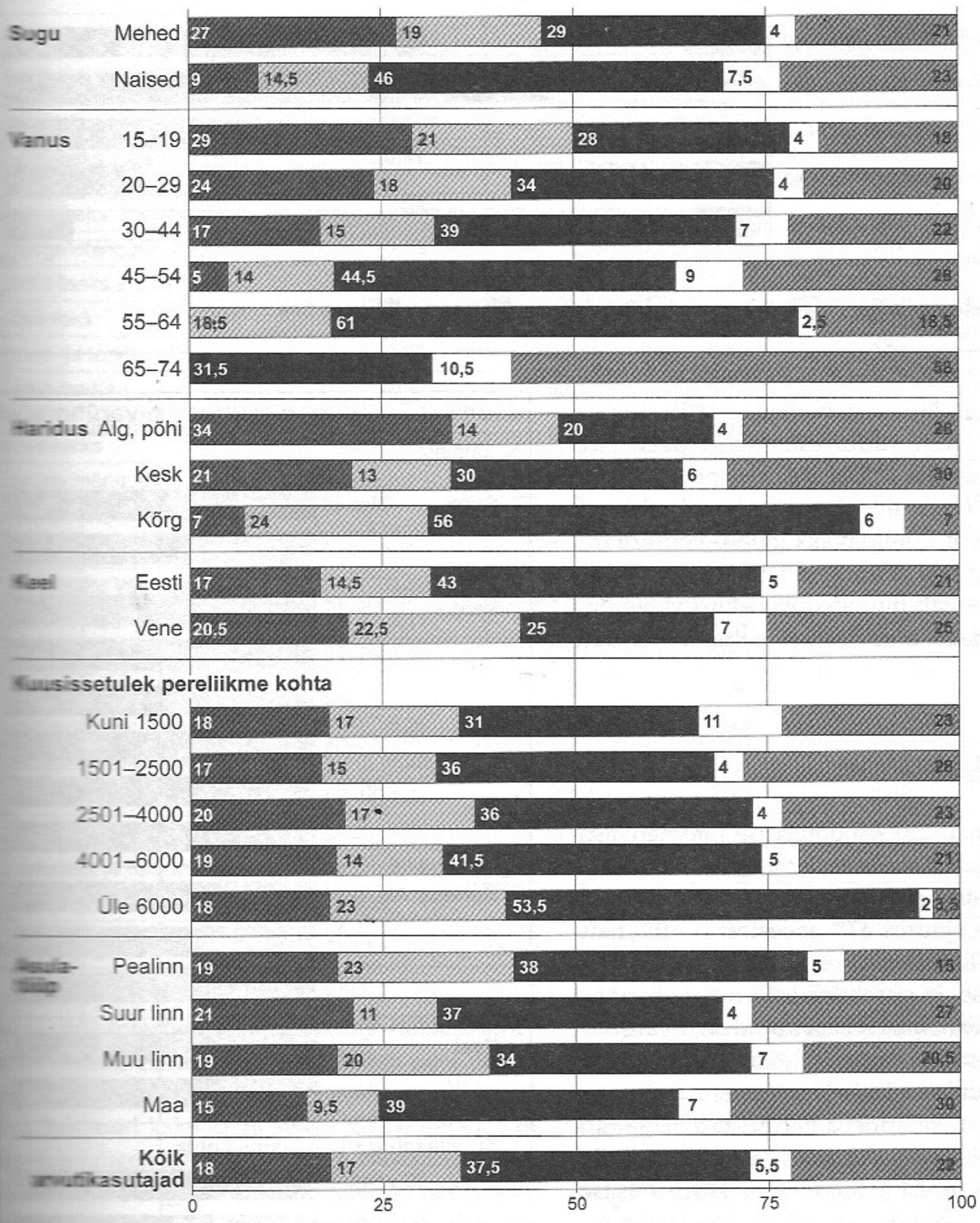


Arvutikasutajate tüüpidest domineerib kontoritarkvara ja Interneti kasutaja (38% arvutikasutajaist), sellele järgnevad vähekasutaja (22% arvutikasutajaist), need, kes kasutavad arvutit peamiselt erialaseks tööks (erialane, töine kasutaja – 17%), aktiivne, mitmekülgne mängija (13%), kõige vähem on esindatud kontoritarkvara kasutaja (6%).

Arvutimängude mängimise osatähtsus kahaneb järkjärgult muude tegevuste ees nii hariduse lisandudes kui vanuse kasvades. Kui aktiivse kasutuse ja arvutimängude mängimise osatähtsus 15–19-aastaste tegevuses on võrdlemisi suur (kõigi kasutajatest), siis vanema põlvkonna arvutikasutus on väheaktiivne ja nad ei mängi arvutimänge pea üldse. Aktiivne kasutus ja arvutimängude mängimine iseloomustab pigem mehi (17%) kui naisi (9%). Kontoritarkvaraga töötamine domineerib muude tegevuste ees võrdlemisi võrdselt kõigis rühmades, kuid teistest pisut enam on seda esindatud 65–74-aastastel arvutikasutajatel.

Joonis 9.5. Arvutikasutajate tüüpide osakaal rahvarühmades

% arvutikasutajatest antud rühmas

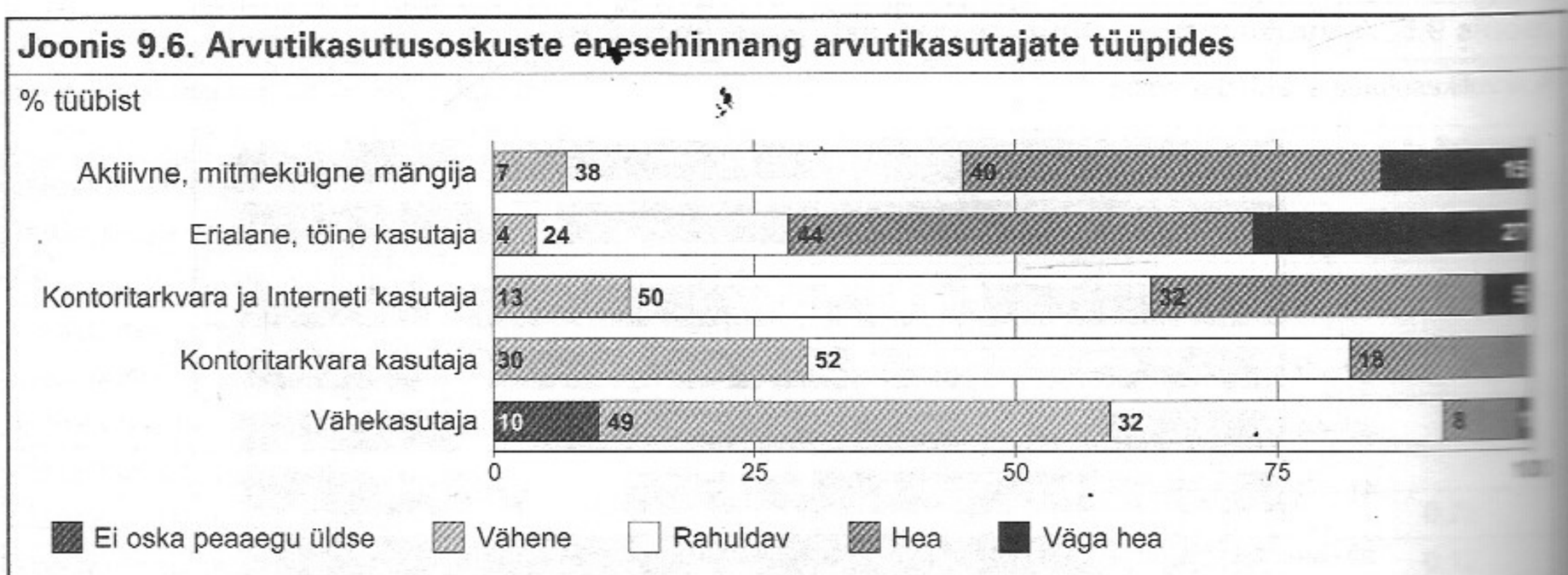


Erialast, töist kasutust iseloomustab kasutajate kõrgem haridus, kõrgem sissetulek, samuti kasutavad mehed arvutit erialaseks tööks pisut enam kui naised. Vähene arvutikasutus domineerib kõigevanem 65–74-aastaste seas (57%), ka on vähekasutajate pigem maainimene (30% maal elavatest arvutikasutajatest). Vähekasutajate hulk langeb tugevalt kõrgema haridusega arvutikasutajate seas (7%). Kõige vähem esineb vähest arvutikasutamist kõrgema sissetulekuga inimeste hulgas (4%).

Kontoritarkvara ja Internetiga töötamine domineerib tegevustest kõige enam 55–64-aastaste (60% kasutajatest) ja kõrgema haridusega arvutikasutajate seas (56%). Kõige vähem on kontoritarkvara ja Internetiga töötaja esindatud alg- või põhiharidusega arvutikasutajate seas (20%).

Kui vaadata arvutikasutajate tüüpide seoseid kasutajate hinnangutega oma arvutikasutusoskustele (joonis 9.6), selgub, et väga heaks (27%) või heaks (44%) peab oma oskusi esmajoones erialane, töine kasutaja. Kõrge hinnang oma oskustele

Joonis 9.6. Arvutikasutusoskuste enesehinnang arvutikasutajate tüüpides



domineerib ka aktiivse arvutikasutaja ja mängija puhul – 15% selle tüübi esindajaist peab oma oskusi väga heaks ja 40% heaks. Kontoritarkvara ja Internetiga töötaja hindab oma oskusi valdavalt heaks (32%) või rahuldavaks (50%), kontoritarkvaraga töötaja aga peamiselt rahuldavaks (52%). Kõige kriitilisemalt hindab oma oskusi vähekasutaja – 49% peab oma oskusi väheseks ja 32% rahuldavaks.

3. Interneti kasutamine

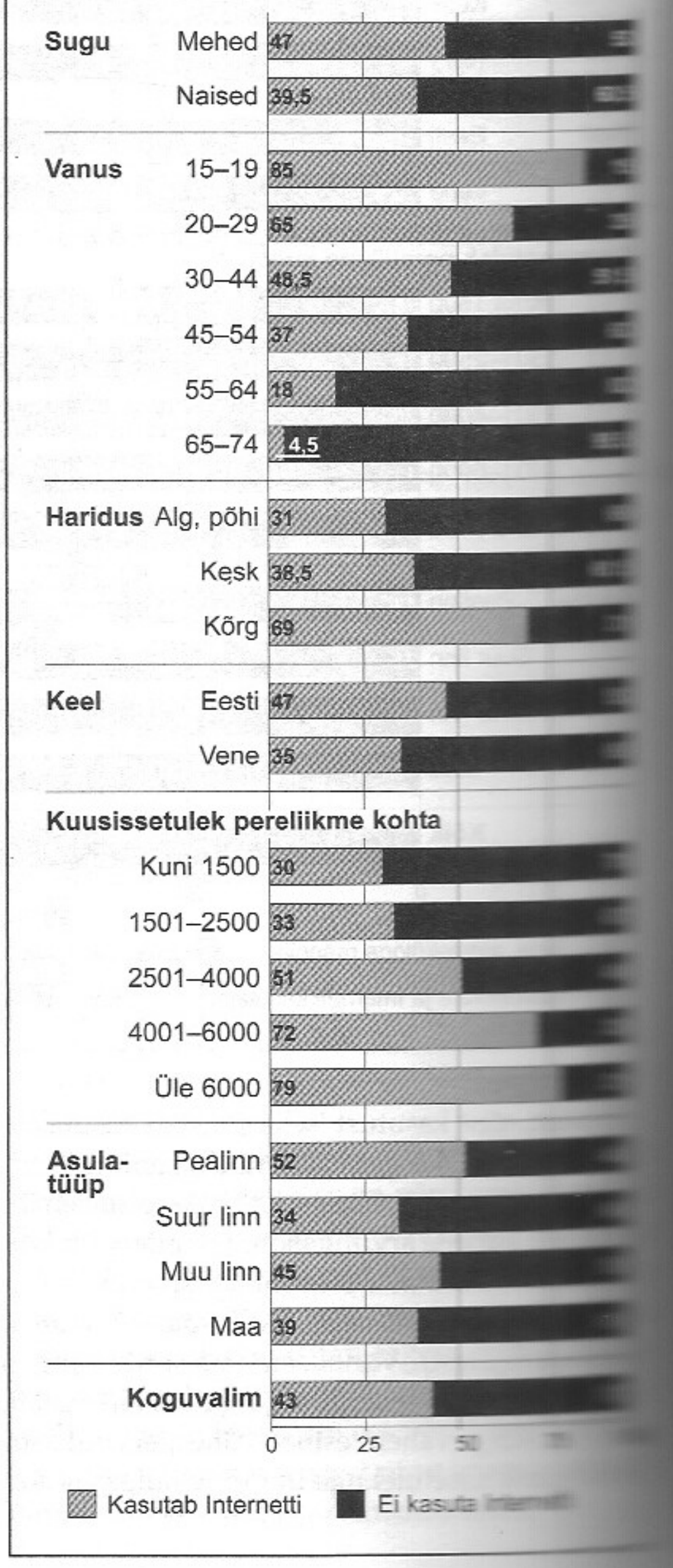
Joonis 9.7 annab üldiseloomustuse internetikasutusest erinevates sotsiaal-demograafilistes rühmades. Küsitluse ajal kasutas Internetti 43% elanikkonnast, seejuures 47% meestest ja 40% naistest. Interneti kasutamine on kõige tugevamalt varieeruv vanuse- ja sissetulekurühmiti, vähenedes märgatavalt vanemates eagruppides ja suurenedes vastavalt suurema sissetulekuga rühmades.

Interneti kasutamine või mittekasutamine iseloomustab hästi ka erineva haridustasemega rühmi, seejuures kasutab Internetti 31% alg- või põhiharidusega elanikest ja tervelt 69% kõrgharidusega vastanuist. Internetikasutus sõltub mingil määral ka emakeelest, esinedes vastavalt 47% eestikeelsete ja 35% venekeelsete vastajate hulgas. Vahe internetikasutajate hulgas tuleb ilmsiks ka maa- ja linnaelanikke võrreldes: pealinnas kasutab Internetti 52%, maal vaid 39% elanikkonnast.

3.1. Interneti kasutamise aspektid sotsiaal-demograafilistes rühmades

Vaadeldes variatsioone Interneti kasutamahakkamise ajas (lisatabel 9.4), on näha, et kõige selgemini eristavateks sotsiaal-demograafilisteks faktoriteks on vastajate vanus ning sissetulek. Nii on 65–74-aastastest kasutajatest enamik hakanud Internetti kasutama kas alles äsja või paar-kolm aastat

Joonis 9.7. Internetikasutus rahvarühmades



Tabel 9.3. Internetis pakutavate teenuste faktoranalüüsi lahend

Peatelgede meetod, varimaks pööramine

Internet ...	**F1:** Üldine info	**F2:** Suhtlus	**F3:** Portaalid	**F4:** Isiklik utilitaarne info	**F5:** Ostud ja erootika
majandusinfoks	**0,70**		0,18	0,11	
õigusalaseks infoks	**0,69**			0,13	
erialaseks infoks	**0,67**		0,21	0,16	-0,13
tuludeklaratsioonideks ja ametlikeks dokumentideks	**0,64**				0,22
pangatehinguteks	**0,56**			0,14	0,25
poliitiliseks infoks	**0,54**		0,31	0,14	
lõbuinfoks	**0,41**	0,22	0,35	0,14	-0,30
pere- ja terviseinfoks	**0,37**	0,13	0,19	0,21	
jututubadeks	-0,13	**0,85**	0,10		
jututubades ja foorumides osalemiseks		**0,83**	0,16		
online mängudeks		**0,47**	0,19		0,21
kohtamisteenusteks		**0,42**	0,13	0,30	0,14
meililistideks	0,13	**0,41**	0,29	0,13	
kiirteadete vahetuseks	0,15	**0,40**	0,28		
kommentaaride lugemiseks	0,11	0,17	**0,66**	0,11	0,16
foorumideks ja uudisrühmadeks	0,18	0,27	**0,60**		
kommentaaride kirjutamiseks		0,27	**0,50**		0,26
otsingumootoriteks	0,26	0,25	**0,48**		
kvaliteedi otsimiseks	0,28			**0,64**	0,11
töö otsimiseks	0,20	0,12	0,13	**0,49**	
vesiinfoks	0,39			**0,46**	
aktsiateks ja oksjoniteks	0,16	0,12	0,12		**0,38**
erootikaks		0,23	0,13	0,16	**0,32**

Paksu kirjaga on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

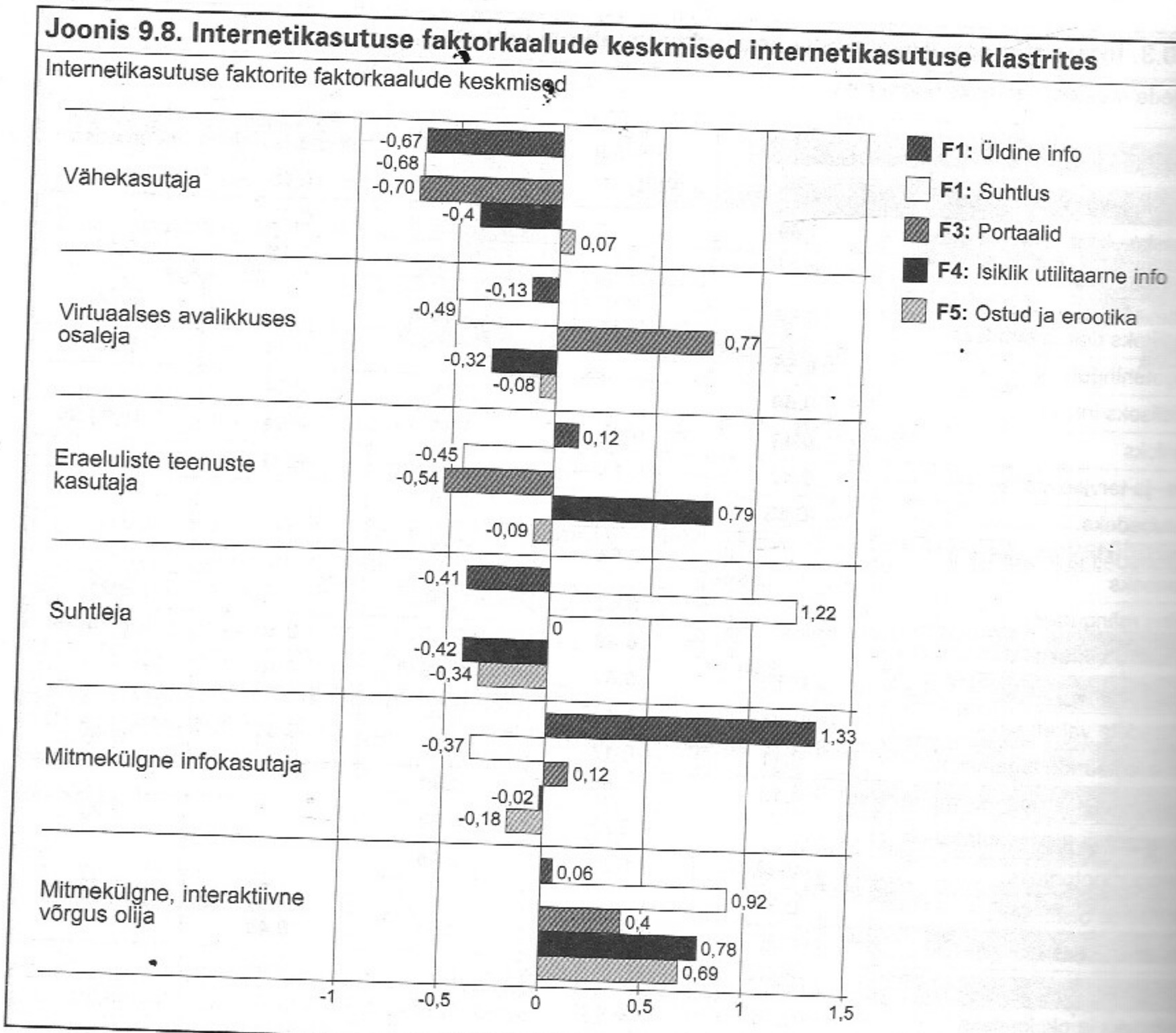
tagasi, mil Interneti kasutajaskond hakkas lähenema poolele elanikkonnast. Peaaegu pool noorimasse vanuserühma kuulujaist on Internetti kasutama hakanud kaks-kolm aastat tagasi (49%). Kui võrrelda kõige suuremat ja kõige väiksemat sissetulekurühma, selgub, et ligi pool (48%) neist, kelle sissetulek on üle 6000 krooni, on Internetti kasutama hakanud enam kui neli aastat tagasi, nendega samal ajal alustas aga vaid 9% nendest, kelle sissetulekud ulatuvad kuni 1500 kroonini kuus. Viimastest enamik (43%) on kasutajatega liitunud küllaltoega samal või sellele eelneval aastal. Liitumismustrid erinev ka keelerühmiti. Enam kui neli aastat tagasi on Internetti kasutama hakanud 33% eestikeelsetest ja 18% venekeelsetest vastajatest. Ülemnik venekeelseid kasutajaid (43%) on hakanud Internetti kasutama hiljuti.

Valdav enamik kasutab Internetti nii töö- kui puhkepäeviti pigem vähe (kuni 45 minutit) kui rohkem. Teistest erineb vaid 15–19-aastaste rühm, kellest kasutab puhkepäeviti Internetti enam kui ülemnik 50% kasutajaist. Internetile kuluv aeg iseloomustab ka sissetulekurühmi – nii töö- kui puhkepäeviti kahaneb Interneti kasutamisele kuluv aeg kõige lineaarsemalt just madalama sissetulekuga rühmades.

Internetti kasutatakse pigem iga päev. Kõige paremini iseloomustab see kõrgema haridusega kasutajaid, kellest iga päev kasutab Internetti tööl või koolis 77%, paar korda nädalas 15% ja mõni kord kuus või harvemini vaid 7%. Sarnane trend iseloomustab ka kõige suurema sissetulekuga kasutajaid. Alla 1500-kroonise sissetulekuga rühmast kasutab suur osa (44%) Internetti tööl või koolis aga vaid paar korda nädalas.

Kodukasutajatest on kasutussageduse poolest kõige aktiivsemad 15–19-aastased, kellest 69% kasutab Internetti kodus praktiliselt iga päev, 25% paar korda nädalas ning vaid 7% mõni kord kuus või harvemini. Neile sarnase kasutusaktiivsuse trendiga on ka teistest jõukamad inimesed sissetulekuga üle 6000 krooni kuus. 15–19-aastased kasutavad teistest kõige enam Internetti ka sõprade või sugulaste juures (30% praktiliselt iga päev).

Joonis 9.8. Internetikasutuse faktorkaalude keskmised internetikasutuse klastrites



Internet on vähemal või suuremal määral oluline isikliku kommunikatsiooni kanalina. Aga kuivõrd toimib Internet seejuures uute tutvuste ja kontaktide loomise kohana? Internetikasutust iseloomustavast lisatabelist 9.4 selgub, et uute inimestega tutvuvad pigem noored (78% 15–19-aastastest ja 51% 20–29-aastastest). Enam kui pool neist on Internetis kohatud uute tuttavatega ka vahetult kokku saanud.

Lisatabel 9.4 võimaldab pisut iseloomustada ka Interneti olulisust erinevate rühmade lõikes avaliku kommunikatsiooni kanalina, asutustest ja institutsioonidest teabe küsimisel, poliitikute ja ametiasutustega suhtlemisel ning tele- või raadiosaatesse meilide saatmisel. Info- ja teabepäringuid on teinud pisut enam mehed (41%) kui naised (26%). Kõige enam iseloomustab päringute tegemine aga erinevaid sissetulekurühmi. Suurematesse sissetulekurühmadesse kuulujad teevad päringuid enam (42% sissetulekuga 4001–6000 krooni ja 60% sissetulekuga üle 6000 krooni) kui väiksemate sissetulekutega internetikasutajad (sissetulekuga kuni 1500 krooni 27%). Tele- ja raadiosaatesse meilimine on seotud eelkõige vastaja vanusega. Nii on 15–19-aastastest e-maile saatnud 34%, samas kui 30–44-aastastest on seda teinud vaid 10%, 45–54-aastastest aga ainult 3%.

Oma isiklikku veebilehte omavad teistest enam suurimasse sissetulekurühma kuulujad, neist 24%-l on oma koduleheküIg. Samuti iseloomustab kodulehe omamist vanus: oma veebilehe on 19%-l 15–19-aastastest, 9%-l 45–54-aastastest ning mõnevõrra üldtendentsist erinevalt 20–34- ja 55–64-aastastest internetikasutajatest.

Interneti kasutamise viisid varieeruvad loomulikult suures ulatuses, kuna erinevate kasutajate jaoks võib Internet olla väga erinevas funktsioonis. Tabelis 9.3 esitatud 23 tunnuse faktoranalüüs võimaldab iseloomustada seda, kui tihti inimesed kasutavad loetletud internetiteenuseid. Vastajatele anti mõista, et kasutuspraktika iseloomustamiseks kolm valikulist võimalust: a) *sageli*, b) *mõnikord* ja c) *mitte kunagi*. Faktoranalüüsis eristasime viis faktorit (tähistatud kui informatsioon, suhtlus, portaalid, isiklik utilitaarne info ja set laadi informatsioon ja ostud-erootika). Seejärel moodustasime faktorite põhjal kahesammulise klasteranalüüsi meetodil kuus klastrit (vt joonis 9.8).

Tabel 9.4. Internetikasutajate tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis

% tõlgist; p < 0,01

	Mitmekülgne, interaktiivne võrgusolija	Mitmekülgne infokasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähekasutaja
Sugu						
Mehed	64	43	46	36	62	48
Naised	37	57	54	64	38	52
Vanus						
15–19	19	6	49	2	28	9
20–29	48	25	26	38	25	12
30–44	25	42	16	38	28	38
45–64	56	20	7	16	12	25
65–74	3	7	2	5	7	9
75–78	0	0	0	1	0	8
Keel						
Eesti	72	77	61	76	76	70
Vene	28	23	39	24	24	30
Koguvalim	14	16	18	14	18	20

Interneti kasutamise praktikate erinevused

Joonis 9.3 annab ülevaate moodustunud klastritest, mis võimaldavad kirjeldada erinevaid Interneti kasutamise praktikaid. Vähekasutaja kasutab väga piiratud teenuseid võrdlemisi vähesel määral. Virtuaalses avalikkuses osaleja kasutab Internetist enam portaalide, foorumide ja uudisgruppide lugemiseks ja sinna kommentaaride kirjutamiseks. Ta kasutab teistest sagedamini ka otsingumootoreid. Eraeluliste teenuste kasutaja kasutab Internetti aktiivselt töö- ja reisiinfo otsimiseks ning eluasemega seotud infoks. Suhtleja on väga aktiivne jututubade, meililistide, kiirsõnumiteenuste (MSN, ICQ jms) kasutaja, ta täidab *online*-mänge, kasutab kohtamisteenuseid ja mängib mänge. Mitmekülgset infokasutajat iseloomustab mitmekülgne kommunikatsioonikeskne internetikasutus. Ta kasutab Internetti majandusliku, rahanduslik, õigusliku ja poliitilise informatsiooni otsimiseks ning hobide ja erialase tööga seotud infoks. Mitmekülgne interaktiivne võrgusolija kasutab Internetti väga palju kõigeks, talle on vähem oluline ühekülgsinguline kasutus.

Tabel 9.4 iseloomustab internetikasutajate tüüpe sotsiaal-demograafiliselt. Tabelist on võimalik näha, et kaks kõige väiksemat rühma on eraeluliste teenuste kasutaja ja mitmekülgne, interaktiivne võrgusolija, neist vaid pisut enam on vähekasutajaid. Samuti selgub, et naiste internetikasutus on rohkem orienteeritud osalusele ja interaktiivsusele ning meestele veidi enam orienteeritud eraeluliste teenuste kasutamisele.

Kasutuspraktikaid on võimalik eristada ka vanuse alusel. Enamik suhtlejaid on 15–19-aastased. 20–29-aastaste seas on palju mitmekülgseid, interaktiivseid võrgusolijaid. Vanemad inimesed moodustavad suhteliselt suurema osa vähekasutajate ja eraeluliste teenuste kasutajate hulgas. Erinevused rahvuste tasandil ei ole kuigi suured, välja võib tuua peamiselt selle, et eestikeelsed vastajad on pigem infootsingulise kasutusega ja venekeelsed enam kommunikatsioonile orienteeritud. Täiendava ülevaate kasutuspraktikate ja sotsiaal-demograafiliste tunnuste seostest annab ka internetikasutuse üldisi tendentse iseloomustav lisatabel 9.4.

Lisatabel 9.5 kirjeldab internetikasutuspraktikate seoseid Interneti kasutamiseks kuluva aja, kommunikatiivsete harjumuste, teabepäringute tegemise ja ametiasutustega suhtlemisega. Selgub, et kõige varieeruvama ajakasutusega on mitmekülgsed, interaktiivsed võrgusolijad ning mitmekülgsed infokasutajad – seda nii töö- kui puhkepäeviti. Vähekasutajate enamik – tööpäeviti 74% ja puhkepäeviti 57% – kasutab Internetti kuni 45 minutit.

Teistest märgatavamalt enam on Internetis uute inimestega tutvunud mitmekülgsed, interaktiivsed võrgusolijad (73%) ja suhtlejad (71%), kellest enam kui pool on nende inimestega ka vahetult kokku saanud. Kuigi eraeluliste teenuste kasutajatest on uute inimestega tutvunud vaid 21%, on neist vahetult nendega ka kohtunud 76%. Veelgi iseloomulikum on see tendents vähekasutajaile, kellest vaid 4% on tutvunud Interneti vahendusel uute inimestega, neist 74% on aga nendega ka

Tabel 9.6. Kodune internetiühendus internetikasutajate tüüpides

% tüübist; p < 0,01

Kui Teil on kodus Interneti-ühendus, siis kas see on ...	Mitmekülg-ne, inter-aktiivne võrgusolija	Mitme-külgne info-kasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähe-kasutaja	Koguvalim
... püsiühendus	42	33	44	29	39	18	34
... sissehelistami-sega ühendus	14	25	7	24	18	20	18
Vastamata	44	41	49	47	44	62	49

Tabel 9.7. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise ja suhtluskanalitele (internetikasutajate tüüpides)

Keskmised 5-pallisel skaalal

	Mitmekülg-ne, inter-aktiivne võrgusolija	Mitme-külgne info-kasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähe-kasutaja
Kui olulised on inimeste arvamuse väljendamiseks Teie meelest järgmised kanalid?						
Lugejakirjad*	3,19	3,60	2,97	3,52	3,16	3,28
Foorumid ja küsitlused Internetis	3,46	3,42	3,45	3,10	3,29	2,96
Avaliku arvamuse uuringud	3,90	3,79	3,74	3,48	3,66	3,72
Telesaates esinemine	3,53	3,65	3,40	3,49	3,57	3,29
Telesaatesse helistamine	3,03	3,01	3,23	2,96	2,96	2,94
Raadios esinemine	3,24	3,44	3,21	3,19	3,19	3,19
Raadiosaatesse helistamine	2,98	2,89	3,25	2,98	2,88	2,85
Meililistid	3,05	2,87	3,00	2,76	2,76	2,87
Kommentaarid ja vastukajad portaalides ja online-väljaannetes*	3,40	3,06	3,29	2,92	3,29	3,33
Kui olulised on Teile teiste inimestega suhtlemisel järgmised kanalid?						
Isiklik vahetu suhtlemine	4,65	4,87	4,68	4,89	4,83	4,77
Lauatelefon	3,51	3,88	3,71	3,98	3,64	4,07
Mobiiltelefoniga helistamine	4,10	4,07	3,99	4,10	3,86	3,96
SMS-sõnumite vahetamine*	3,49	3,17	3,48	3,15	3,08	3,04
Kirjad ja postkaardid	3,10	2,98	3,01	3,17	3,10	3,40
E-mail**	4,11	4,16	3,78	3,68	4,02	3,46
Kiirteadete vahetus*	3,10	3,01	3,51	2,57	2,89	2,98
Jututoad**	3,24	1,97	3,49	2,07	2,45	2,15

** p < 0,01; * p < 0,05

vahetult kohtunud. Võib oletada, et see viitab kasutajatüüpide erinevat laadi *online*-kontaktidele (eraelulistele ja töistele), kuid meie uuring sellele küsimusele vastust ei anna.

Vähekasutajatest kõige väiksem osa on hakanud Internetti kasutama enam kui 4 aastat tagasi (14%), enamik neist on alustanud sellel või eelmisel aastal (50%). Seevastu mitmekülgsetest infokasutajatest suurem osa on alustanud enam kui neli aastat tagasi (45%). Siit tekib küsimus, millele peavad vastuse andma edasised uuringud – kuivõrd muutuv on internetikasutamine ajas, kas näiteks kasutuskogemuse kasvades hakkab [illegible] teist kasutajat iseloomustama mõni teine [illegible] jatüüp.

Tabel 9.6 võrdleb erinevate internetikasutaja[illegible] koduseid ühenduse võimalusi. Kuna küsimus[illegible] esitatud filtriga (üksnes koduse interneti[illegible] omajatele), siis võib vastamata protsent tõlgend[illegible] da kui seda, et vastajal kodus võrguühendus[illegible] ole. On näha, et internetikasutaja tüüp ja [illegible] võrguühenduse laad on omavahel seotud: [illegible] üldiselt pidevamat laadi internetikasutajate [illegible] (nt interaktiivne võrgusolemine ja suhtlemine [illegible]

mtkem püsiühenduse kasutajaid. Samas need, kes kasutavad Internetti pigem infoallikana, soovad seda vajadust rahuldada ka sissehelistamisega ühenduse teel. Selgelt tuleb ka välja, et vähekasutajatel on ka teistest märkimisväärselt väiksem võimalus kodus Internetti kasutada.

Tabel 9.7 annab ülevaate internetikasutajate tüüpide suhtumisest arvamuse avaldamise ja suhtluskanalitesse, mille olulisust oli küsimustikus võimalik hinnata 5-pallisel skaalal. Tabelis on toodud olulisushinnangute keskmised. Näeme, et võrdlemisi kasutajate hinnangud on mitmetel juhtudel üsna sarnased kui teistel kasutajatüüpidel, näiteks hindavad nad teistest madalamalt arvamuse avaldamise vahendina telesaadetesse helistamist, foorumeid ja küsitlusi Internetis. Mitmetüübilised, interaktiivsed võrgusolijad hindavad teistest enam suhtlemiskanalina e-maili. Mitmetüübilised infokasutajad hindavad arvamuse avaldamise vahendina teistest kõrgemalt lugejakirju (keskmine 3,6) ja pisut kõrgemalt raadios esinemist.

Suhtlejaid eristavad teistest rühmadest hinnangud suhtluskanalitele. Nad hindavad teistest oluliselt kõrgemalt nii kiirteadete vahetust (keskmine 3,8) kui ka jututubasid (keskmine 3,5), teistest madalamalt hindavad nad arvamuse avaldamise vahendina lugejakirju (keskmine 3,0). Võib öelda, et nad eelistavad isiklikule suhtlemisele suunatud kanaleid avalikkusega suhtlemise kanaleile (samas hindavad nad avaliku arvamuse avaldamise kanalina teistega sarnaselt suhteliselt kõrgelt avaliku arvamuse küsitlusi, keskmine 3,7).

Virtuaalses avalikkuses osaleja hindab suhtluskanalina teistest suhteliselt kõrgemalt e-maili (keskmine 4,0), seejuures hindab ta teistest märkimisväärselt madalamalt kiirteadete vahetust (keskmine 2,9) ja jututubades suhtlemist (keskmine 2,5). Sarnane suhe nendesse suhtluskanalitesse iseloomustab ka eraeluliste teenuste kasutajat.

Tulemused viitavad sellele, et kasutajatüüpidel on erinevad kanalid seotud erinevate funktsioonidega. Selles vallas võimaldavad detailsemat arusaama ning aitavad seoseid lahti mõtestada edasised, kvalitatiivsed uuringud.

4. Internetiga seotud hoiakud

Tabelis 9.8 esitatud 13 väite faktoranalüüs iseloomustab Internetiga seotud hoiakuid. Moodustunud maatriksis eristasime viis faktorit (oht, demokraatia ja kontroll, võimalused, moraalne kvaliteet ning hirm). Nende hoiakute esindatust erinevates rahvarühmades (keskmiste faktorkaalude alusel) kirjeldab tabel 9.9.

Tabelist 9.9 näeme, et ohu faktor seostub kõige vähem 15–19-aastastega, kasvades järgmistes

Tabel 9.8. Internetiga seotud hoiakute faktormaatriks

Peatelgede meetod, varimaks pööramine

	F1: Oht	F2: Demokraatia ja kontroll	F3: Võimalused	F4: Moraalne kvaliteet	F5: Hirm
Lapsed saavad Internetist neile sobimatut informatsiooni	**0,73**	0,21			
Arvutile ja Interneti sage kasutamine on tervisele kahjulik	**0,54**				0,23
Internet soodustab tarbetut ajaraiskamist	**0,53**	0,27			0,28
Internet soodustab töö- ja õpiaja tarbetut raiskamist		**0,61**			
On hea, et Internetis tegutsedes on inimesel võimalik anonüümseks jääda		**0,59**	0,28		
Tänu Internetile saavad tööandjad ja valitsus rohkem kontrolli ja jälgida tavalisi inimesi	0,31	**0,54**		0,21	0,23
Tänu Internetile saab tavaline kodanik rohkem mõjutada valitsust ja poliitikuid		**0,46**	0,29		0,33
Inimesed, kellel puudub juurdepääs Internetile, on kõigis eluvaldkondades ebasoodsamas olukorras			**0,68**		
Kõigile lastele tuleb võimalikult varakult õpetada arvutite ja Interneti kasutamist		0,33	**0,66**		
Maailm on muutumas arvutitest ohtlikult sõltuvaks	0,38	0,21		**0,61**	0,36
Inimesed, kes kasutavad arvutivõrku või Internetti, peaksid tõsiselt muretsema oma isikuandmete turvalisuse pärast	0,31	0,40	0,27	**0,49**	
Anonüümsus Internetis vallandab inimeste halvimad kired	0,33	0,34	0,26	**0,49**	
Arvutile ja Interneti kasutamine hirmutab mind	0,34				**0,61**
Internetitõttu võõranduvad inimesed üksteisest	0,33			0,35	**0,52**

Paksu kirjaga on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

Tabel 9.9. Internetiga seotud hoiakute esindatus rahvarühmades

Keskmised faktorkaalud; p < 0,05

	F1: Oht	**F2:** Demokraatia ja kontroll	**F3:** Võimalused	**F4:** Moraalne kvaliteet	**F5:** Hirm
Sugu					
Mehed	-0,03	0,03	0,12	-0,03	-0,07
Naised	0,03	-0,02	-0,11	0,02	0,06
Vanus					
15–19	-0,18	0,42	-0,05	-0,05	-0,17
20–29	0,02	0,28	-0,01	0,04	-0,15
30–44	0,01	-0,00	0,06	0,09	-0,01
45–54	0,01	-0,13	0,02	0,02	0,03
55–64	0,04	-0,27	-0,04	-0,08	0,04
65–74	0,05	-0,26	-0,05	-0,14	0,28
Haridus					
Alg, põhi	-0,07	0,11	-0,07	-0,17	0,05
Kesk	0,02	-0,00	-0,02	0,05	0,01
Kõrg	0,01	-0,11	0,15	0,06	-0,06
Keel					
Eesti	-0,03	0,02	0,09	0,01	0,01
Vene	0,07	-0,02	-0,15	-0,01	-0,01
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	0,04	-0,00	-0,04	-0,03	0,05
1501–2500	0,02	-0,06	-0,04	0,04	0,05
2501–4000	-0,03	0,07	0,03	-0,03	-0,02
4001–6000	0,02	0,12	0,10	0,05	-0,06
Üle 6000	-0,16	-0,12	0,20	0,02	-0,21
Asulatüüp					
Pealinn **	0,01	-0,00	0,02	0,07	-0,05
Suur linn	-0,03	0,06	-0,10	-0,04	-0,01
Muu linn	0,02	0,04	0,04	-0,02	-0,00
Maa	-0,01	-0,06	0,02	-0,04	0,05

vanuserühmades. Iseloomulik on ka eestikeelsete (-0,03) ja venekeelsete rühmade (0,07) vastandlikud hoiakud. Demokraatia ja kontrolli faktor iseloomustab hästi vanuserühmade hoiakuid, olles tugevalt positiivne 15–19-aastaste seas ning muutudes negatiivseks vanemates earühmades (65–74-aastaste rühmas -0,26). Võimaluste faktor on seotud sooliste erisustega, olles meestel kaaluga 0,12 ja naistel -0,11. Võimaluste faktori puhul eristub kõige tugevamalt kõrgharidusega vastajate rühm, kus seotus faktoriga on tugevalt positiivne (0,15). Seotus faktoriga on erinev ka eesti- (0,01) ja venekeelsete vastajate (-0,15) puhul. Moraalse kvaliteedi faktori osas joonistuvad negatiivsed seosed tugevamalt välja kõige vanemas earühmas ning alg- või põhiharidusega rühmas. Hirmu faktor on tugevaim 65–74-aastaste seas ning on tugevalt negatiivne nooremates vanuserühmades (15–19-aastastel -0,17).

5. Hinnangud arvamuse avaldamise kanalitele

Tabel 9.10 annab ülevaate keskmistest hinnangutest vastuseks küsimusele *Kui olulised on [...] arvamuse väljendamiseks Teie meelest järgmised [...] lid?* Huvitav on märkida, et kõige olulisemaks arvamuse avaldamise kanaliks peetakse [...] vamuse uuringuid ning sellele järgnevad [...] tes esinemine ning lugejakirjad. Uue meedia [...] leid arvamuse avaldamise kanalitena hinnatakse [...] märkimisväärselt madalamalt ning ka neid [...] nendele kanalitele oma hinnangut anda ei osata [...] tunduvalt rohkem.

Lisatabel 9.6 annab ülevaate arvamuse avaldamise kanalitele antud olulisushinnangute [...] mistest sotsiaal-demograafilistes rühmades. [...] mad erinevused ilmnevad keele lõikes. Venekeelsed vastajad hindavad kõrgemalt avalikke arvamuse uuringuid, telesaates esinemist, [...]

Tabel 9.10. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise kanalitele

Keskmiste pingerida (5-palline skaala); N = 1470

Kui olulised on inimeste arvamuse väljendamiseks Teie meelest järgmised kanalid?	Keskmine	Ei oska öelda + vastamata (%)
Reaalse arvamuse uuringud	3,84	21
Telesaates esinemine	3,67	20
Lugejakirjad toimetusele	3,61	25
Raadios esinemine	3,47	20
Proomid ja küsitlused internetis	3,28	38
Telesaatesse helistamine	3,21	22
Raadiosaatesse helistamine	3,19	23
Kommentaarid ja vastukajad portaalides, *online*-väljaannetes	3,17	42
Veebilogid	2,92	44

helistamist, raadios esinemist ja raadiosaatesse helistamist (vahed 0,2–0,3 skaalapunkti).

Arusaamad erinevate arvamuse väljendamise vahendite olulisusest erinevad ka vanuserühmiti. Vanemad hindavad lugejakirju arvamuse avaldamise vahendina madalamalt kui vanemaealised keskmised noorimas ja vanimas rühmas vastavalt (Tabel 9.1). Mõnevõrra tõuseb koos vanusega toetus reaalse arvamuse uuringutele kui arvamuse avaldamise vahendile, olles siiski võrdlemisi kõrgelt hinnatud kõigis rühmades (15–19-aastastel 3,8; 35–64-aastastel 4,0; 65–74-aastastel 4,1). Vanim rühm hindab noorimatest märksa enam arvamuse avaldamise vahendina raadios esinemist (35–49-aastastel keskmine 3,2; 65–74-aastastel 3,7).

Suhtumine arvamuse avaldamise kanalitesse erineb suhteliselt selgelt ka haridusrühmade lõikes. Nii hindavad alg- või põhiharidusega vastajad arvamuse avaldamise vahendina kõrgemalt telesaatesse helistamist (keskmine 3,4) ja raadiosaatesse helistamist (3,3) võrreldes kõrgharidusega vastajatega (mõlema kanali puhul keskmine vaid 2,9). Nende haridusgruppide puhul erineb suhtumine ka kommentaaridesse ja vastukajadesse *online*-väljaannetes ja portaalides (alg- või põhiharidusega rühmas keskmine 3,4; kõrgharidusega rühmas 3,0).

Ligikaudu samaväärselt varieeruvad arvamused sissetulekurühmade lõikes. Sissetulekurühmas kuni 1500 krooni pereliikme kohta hinnatakse arvamuse avaldamise võimalusena telesaatesse helistamist kõrgemalt (keskmine 3,4) kui kõrgemates sissetulekurühmades (sissetulekuga 4001–6000 keskmine 3,0, sissetulekuga üle 6000 keskmine vaid 2,8). Samamoodi iseloomustavad keskmised suhtumist raadiosaatesse helistamisse.

Tabel 9.11. Olulisushinnangud erinevatele suhtluskanalitele

Keskmiste pingerida (5-palline skaala); N = 1470

Kui olulised on Teile teiste inimestega suhtlemisel järgmised kanalid?	Keskmine	Ei kasuta + vastamata (%)
Isiklik vahetu suhtlus	4,74	8
Lauatelefon	3,99	18
Mobiiltelefoniga helistamine	3,99	20
E-mail	3,61	44
Kirjad ja postkaardid	3,38	18
Mobiiliga SMS-sõnumite vahetamine	3,16	31
Kiirteadete vahetus (ICQ, AOL, MSN)	2,96	66
Jututoad	2,67	62

6. Hinnangud suhtluskanalitele

Tabelis 9.11 on näha, et suhtlemiskanalitena eristuvad teistest olulisematena isiklik, vahetu suhtlus (keskmine 4,7) ning võrdselt lauatelefoni ja mobiiliga helistamine (keskmine 4,0), millele järgneb e-mail (keskmine 3,6).

Antud juhul on vastamata jätnutele liidetud ka need, kes valisid variandi *Ei kasuta*. Sellest on näha, et suhtluskanalitena kasutatakse vähem jututubasid ja kiirteadete vahetust. Samas on märkimisväärselt väike nende inimeste hulk, kes ei kasuta e-maili: 2/3 inimestest on avaldanud e-maili kui suhtluskanali kohta arvamust ja andnud kanalile suhteliselt kõrge hinnangu.

Kui võrrelda suhtluskanalite olulisust erinevate sotsiaal-demograafiliste rühmade lõikes (lisatabel 9.6), selgub, et kõige olulisemaks suhtlemise viisiks peavad kõik rühmad isiklikku, vahetut suhtlust (keskmised kõigil 4,7–4,8).

Kõige olulisemaid erinevusi esineb suhtluskanalite tähtsustamisel vanuserühmades, kus keskmiste erinevused on kuni 0,8 punkti. Nii peavad 65–74-aastased postkaarte ja kirju märksa olulisemaks suhtluskanaliks kui noorimad, 15–19-aastased (keskmised vastavalt 3,9 ja 3,1 punkti). Ka lauatelefoni peavad vanimad märksa olulisemaks suhtluskanaliks kui noorimad (keskmised vastavalt 4,5 ja 3,6). Mobiiltelefoni peavad üheks olulisimaks suhtluskanaliks just 20–29-aastased (keskmine 4,4), kelle arvamus erineb märgatavalt vanimate omast (keskmine 3,6). Statistiliselt olulist erinevust ei ilmne üksnes e-maili puhul.

Hariduse alusel erineb suhtumine suhtluskanalitesse märgatavalt jututubade puhul, mida alg- või põhiharidusega vastajad hindavad suhtluskanalina märgatavalt kõrgemalt kui kõrgharidusega vastajad (keskmised vastavalt 3,0 ja 2,5).

Suhtlusvahendina hindavad madalama sissetulekuga inimesed kirju ja postkaarte märksa enam (keskmine 3,6) kui kõrgemapoolse (sissetulekurühmas 4001–6000 keskmine 3,2) või kõrge sissetulekuga inimesed (sissetulekurühmas üle 6000 krooni keskmine 2,9). Seevastu tähtsustavad kõrge sissetulekuga vastajad suhtlemisvahendina e-maili mõnevõrra kõrgemalt (sissetulekurühmas üle 6000 krooni keskmine 3,8; sissetulekurühmas 4001–6000 krooni keskmine 3,9) kui kõige madalama sissetulekuga inimesed (keskmine 3,4).

Soo lõikes ilmneb erinevus lauatelefoni hindamises suhtlemiskanalina, mida naised peavad pisut olulisemaks (keskmine 4,1) kui mehed (keskmine 3,8). Naised peavad olulisemaks ka SMSsse (keskmised naistel 3,3 ja meestel 3,0) ning kirju ja postkaarte (keskmised naistel 3,6 ja meestel 3,2).

Kokkuvõte

Võime resümeerida, et tänaseks on mobiilikasutajaid enam kui kolmandik elanikkonnast, kuid siiski on võimalik märgata pisut aktiivsemat kasutust meeste ja jõukamate elanikekihtide seas. Need on ka rühmad, kes alustasid märkimisväärselt varem mobiiltelefonide kasutamist. Uuringule eelnenud paari-kolme aastaga jooksul on siiski toimunud murrang, mille käigus mobiiltelefonide kasutus muutus üldiseks.

Arvutikasutajaid on ligi pool elanikkonnast. Meie uuringus on olulisimaks edasiarenduseks arvutikasutajate klasterdamine erinevatesse kasutajatüüpidesse: aktiivne, mitmekülgne mängija; erialane, töine kasutaja; kontoritarkvara ja Interneti kasutaja; kontoritarkvara kasutaja ning vähekasutaja. Selline liigitus võimaldab tunduvalt põhjalikumat lähenemist arvutikasutuse temaatikale.

Ka internetikasutajate puhul on olulisimaks uuringutulemuseks kuue erineva kasutajatüübi eristamine: mitmekülgne, interaktiivne võrgusõltuja; mitmekülgne infokasutaja; suhtleja; eraeluliste teenuste kasutaja; virtuaalses avalikkuses osaleja; vähekasutaja. Selline liigitus võimaldab ka ületada osaliselt poliitilise retoorika poolt loodud kasutajate ja mittekasutajate eristamist. Uuringu tulemused näitavad, et nii arvuti kui ka Interneti kasutajad pole sisemiselt homogeensed grupid, kes tarbivad digitaalseid tehnoloogiaid riiklikult heaks kiidetud viisil, vaid et ka nende gruppide sees on suur hulk erinevusi. Interneti ja arvutikasutajate mitmekülgsuse hindamiseks tuleb seda kvalitatiivsete meetoditega edasi uurida.

Kasutatud kirjandus

BMF (1995). *Baltic Media Book*. Tallinn, Riga, Vilnius: BMF Gallup Media (Balti Meediatest AS).

IV OSA:
POLIITILINE AKTIIVSUS JA MEELEPILDID

III. Eesti osalusdemokraatia proovikivi: poliitiline aktiivsus ja usaldus 165
Mart Raudsaar, Aare Kasemets

IV. Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit 183
Aune Past, Peeter Vihalemm

10.

EESTI OSALUSDEMOKRAATIA PROOVIKIVI: POLIITILINE AKTIIVSUS JA USALDUS

Mart Raudsaar, Aare Kasemets

Käesolev peatükk algab osalusdemokraatia ja legitiimsuse mõiste käsitlusega ning põhjendab nende mõistete olulisust Ida-Euroopa, sealhulgas Eesti demokratiseerumisprotsessis. Seejärel kirjeldab peatükk Eesti täisealiste kodanike poliitilist aktiivsust, mis aitab hinnata ja mõista Eesti demokratiseerumisprotsessi probleeme ning nende erinevusi võrreldes Lääne-Euroopa demokraatlike režiimidega. Selleks koostatakse empiirilise andmestiku alusel aktiivsusindeks, mille ristamisel valijaskonna toetusega parteidele jõutakse Eesti täisealise kodanikkonna poliitilise tüpoloogia koostamiseni.

1. Osalusdemokraatia ja legitiimsuse mõiste roll Ida-Euroopa üleminekurežiimides

Eesti Vabariik on koos teiste Ida-Euroopa maadega kehtestanud moodsa demokraatliku süsteemi, mida Robert Dahl (1989) nimetab polüarhiaks ning mida iseloomustab järgnevate komponentide olemasolu: 1) valitud esindajad ja ametnikud, 2) vabad ja õiglased valimised, 3) kaasav valimisõigusliikkus ehk peaaegu kõigil täiskasvanuil on õigus valida esindajaid, 4) peaaegu kõigil täiskasvanuil on võimalus ise kandideerida valitavatesse ametitesse, 5) sõnavabadus, 6) alternatiivsed (võimust sõltumatud) infoallikad, 7) kodanikuühendustele (parteidele, MTÜ-dele ja huvigruppidele) garanteeritud autonoomia olemasolu.

Ent polüarhia saab edukalt eksisteerida vaid nimetatud komponentide üheaegse olemasolu korral ning siis, kui valdav enamus ühiskonnast tunnistab neid komponente ühiste mängureeglitena ning osaleb nende igapäevases kehtestamises, liitudes kaasa ühendustes, vahetades informatsiooni, võttes osa referendumidest ja valimistest. Selleks peab üldsus omakorda uskuma ausaisse mängureeglitesse, enda suutlikkusse ühiskonna juhtimist vajadusel mõjutada ning oma esindajate tegevuse pädevusse ja eesmärgipärasusse. Teisisõnu, peab eksisteerima osalusdemokraatia. Üksnes nõnda võib poliitiline režiim edukalt kasutada oma võimu.

Anthony H. Birch kirjeldab võimu ja legitiimsuse vahekorda kaaperdatud lennuki näitel, kus puudub õiguspärane juhtimine: kaaperdajail on võim, kuid neil puudub legitiimsus; samas kui lennuki kaptenil on legitiimsus, kuid puudub võim (Birch 1993: 32).

Legitiimsust kui üht olulisemat üleminekuriigi demokraatiat toetavat kriteeriumi lisaks selle riigi varasemale demokraatiakogemusele mainib ka Samuel Huntington, rääkides vajadusest "garanteerida demokraatliku süsteemi legitiimsus" (Huntington 1993), mille olulisust võib võrrelda Saksamaa näitel Versailles' rahu või Marshalli plaaniga.

Poliitilise süsteemi ja seda esindava valitsuse ja teiste riigiorganite legitiimsust hinnatakse selle alusel, kas nende teod vastavad tegude objektideks olevate poliitiliste subjektide õiguspärasuse standardile ja kas nad vastavad üldsuse poolt "heale valitsusele" esitatavatele nõuetele (Morrow 1998: 298).

Siinjuures tuleb eelpoolkirjeldatud eduka polüarhia valemisse lisada veel üks tegur: polüarhia komponendid peavad võimaldama vähemustele ühiskonna keskmisega võrreldavat eksistentsi, et nende meeleheitlik olukord ei sunniks neid "lennuki juhtimist üle võtma" isegi võimalike tagajärgede kiuste.

Eesti Vabariik ja teised Euroopa Liiduga ühinenud endised NSVL-i mõjusfääri kuulunud maad on tõestanud enda vastavust keskmisele Euroopa Liidu legitiimsuse tasemele, olles kehtestanud

Robert Dahli loetletud seitse polüarhia komponenti ning vastates vähemuse huve arvestavatele Kopenhaageni kriteeriumidele. Ent selle legitiimsusega näib midagi lahti olevat Eesti enda kodanike silmis.

Äsjalõppenud Euroopa Parlamendi (EP) valimised olid Eesti iseseisva riigi ajaloos kõige tagasihoidlikuma osavõtuprotsendiga valimised, kus käis valimas vaid iga neljas valija.

EP madala valimisaktiivsuse poolest kuulub Eesti selgelt Ida-Euroopa maadega ühte blokki. Euroopa Liidu 25 liikmesriigi seas asetusid endised NSVL-i mõjusfääri kuulunud maad järgnevalt: 9. koht Leedu (EP valimisaktiivsus 46% – ELi keskmine valimisaktiivsus 45,5%), 14. Läti (41,2%), 18. Ungari (38,5%), 21. Sloveenia (28,3%), 22. Tšehhi (28,3%), 23. Eesti (26,7%), 24. Poola (21,2%) ning 25. Slovakkia (17%).

Olgu öeldud, et Ida-Euroopa maid iseloomustabki madalam valimisaktiivsus kõikidel valimistel, sh riiklikel parlamendivalimistel. Ka Leedu 46%-line EP valimisaktiivsus on tagasihoidlik tulemus, kui arvestada, et üheaegselt EP valimistega toimus seal presidendivalimiste esimene voor.

Mitmed autorid (Arter 1996; Rosimannus 1995) on kirjutanud sellest, et Ida-Euroopa riikide kodanikele on omane vähene parteiline määratletus ning et nad valivad pigem isikuid kui erakondi. Lisaks iseloomustab neid riike valimisaktiivsuse järsk langus 1990. aastate esimesel poolel, mis jätkus kümnendi lõpul. Kui näiteks Eesti NSV Ülemnõukogu valimistel osales 1990. a 78,3% valijaist ja Eesti Vabariigi Riigikogu valimistel osales 1992. a 67,8% valijaist, siis 1999. a Riigikogu valimistel osales 57,4% valijaist.

Ehkki valijate aktiivsus on langenud ka USA-s ja Lääne-Euroopa demokraatiates, tähendab aktiivsuse langus nendes maades ka osalusvormide muutust, kui üksnes üheselt tõlgendatavat osaluse vähenemist. Ehkki majoritaarse valimissüsteemiga Suurbritannias on üldsuses toetus kahele suuremale erakonnale pidevalt vähenenud, on samal ajal kasvanud toetus väiksematele erakondadele ning on tähtsustunud survegruppide roll, kes tegelevad üksikküsimustega nagu eluasemepoliitika, laste vaesus või keskkonnatemaatika (Birch 1993: 93). Koolides saavad vanemad osaleda hoolekogude töös ning õpilased osaleda omavalitsuse tegevuses.

Samal ajal pole valijate aktiivsuse langus Ida-Euroopas stabiilse demokraatia perspektiivist julgustav, kuivõrd siin võib oletada seda kompenseeriva "rohujuure" tasemel osaluse nappust ning huvigruppide vähest suutlikkust organiseeruda survegruppideks. Uue polüarhia jaoks on "kõige otsustavamad aastad esimesed aastad, kui uue süsteemi legitiimsus on endiselt küsitav ja [illegible] sus vana režiimi suhtes on veel alal" (Dahl 1971: 43).

Eelpoolöeldust tulenevalt on oluline [illegible] Eesti valijate aktiivsust ja hinnata süsteemi legitiimsust nende jaoks. Jättes kõrvale teised [illegible] Euroopa maad, võime küsida Eesti näitel, kes on need valijad, kes käivad valimas ka lõrtsise hinnaga, samas kui teised jäävad koju koguni kaunis suveilmaga?

2. Poliitilise aktiivsuse indeks

Sellele küsimusele vastamiseks otsustasime [illegible] poliitilise aktiivsuse indeksi, mille kujunemise metoodikat järgnevalt kirjeldamegi.

Indeksi aluseks valisime ankeedist *Mina [illegible] ilm. Meedia* need küsimused, mis kirjeldavad vastajate huvi poliitika vastu, nende osalust ühendustes ja nende valimiskäitumist, täpsemini valimisaktiivsust. Siinjuures on oluline mainida, et [illegible] lus lõppes jaanuaris 2003, kuu enne Riigikogu valimisi märtsi alguses.

Kuna valimisaktiivsuse uurimine eeldab valimisõiguslikkust (ent osaluse uurimine valimisaktiivsuse uurimiseta on mõttetu), jätsime analüüsist välja vaid kohalikke omavalitsusi valivad mittekodanikud ning nooremad kui 18-aastased kodanikud.

Seega jäid andmebaasis sisaldunud [illegible] nu seast välja kõik respondendid, kes olid [illegible] nud ankeedi 595. küsimusele *Teie kodakondsus* ti kui *Eesti*. Nõnda jäid kõrvale 258 respondenti, kellest 252 (98,1%) olid vastates täitnud venekeelse ankeedi ning viis (1,9%) eestikeelse ankeedi. Seega vaatleme üksnes nende poliitilise aktiivsuse [illegible] sel võrdlemisel täisealiste kodanike poliitilise aktiivsusega.

Järgmise sammuna jätsime uuritavate seast välja kõik respondendid, kes olid vastanud ankeedi 594. küsimusele *Kui vana Te olete?*, 17 aastased või noorem. Nõnda jäi kõrvale 72 respondenti, alla 18-aastast kodanikku.

Kokku jäid seega kõrvale 330 respondenti, kes moodustavad 22,5% algsest kogu Eesti [illegible] suhtes representatiivsest andmebaasist. Oletasime, et 31. märtsi 2000. a rahvaloenduse andmetel elas Eestis 20,0% mittekodanikku ehk 274 [illegible] kut (Eesti Vabariigi Statistikaameti kodulehekülg). Seega on meie loodud valikrühm Eesti [illegible] konna suhtes esinduslik.

Valikrühma jäänud 1134 valimisõiguslikku täisealise vastanu poliitilise aktiivsuse [illegible] miseks lõime aktiivsusindeksi. Kumulatiivne aktiivsusindeks hõlmas seitset küsimust, mille

annud positiivse vastuse korral sai respondent punkti, võides seega kokku koguda kuni 7 punkti.

Aktiivsusindeksi aluseks olnud küsimused olid järgmised (sulgudes on toodud punkti andnud vastusevariant):

- *257. Kas Te kuulute mõnda seltsi, ühendusse või organisatsiooni?* (*jah*)
- *Kui võrd Teid huvitab sisepoliitika?* (*huvitab väga* + *üldiselt huvitab*)

Kas Te olete erinevatel perioodidel osalenud...

- *256. ...rahvakogunemistel, avalikel kõnekoosolekutel, allkirjade kogumises, valimiseelsetel kohtumistel, muudel avalikel üritustel?* (2000–2002)
- *257. ...erakonna, liikumise sisestel üritustel, koosolekutel, kokkutulekutel, seminaridel?* (2000–2002)

Kas Te olete allpool nimetatud aastatel osa võtnud valimistest?

- *262. 1999. a Riigikogu valimised* (*osalesin*)
- *263. 1999. a kohalikud valimised* (*osalesin*)
- *264. 2002. a kohalikud valimised* (*osalesin*)

Tulemusena saadi täisealiste Eesti kodanike aktiivsusindeks, mida võib võrrelda mittekodanike aktiivsusindeksiga (tabel 10.1). Aktiivsusindeks jagab nii täisealised Eesti kodanikud kui ka mittekodanikud gruppidesse, mille aktiivsus järk-järgult kasvab. Nii kodanike kui mittekodanike arv suureneb aktiivsuse suurenedes viienda grupini, kuhu ja seitsmenda grupi suurus on eelnevatega võrreldes järsult väiksem, eriti mittekodanikel, kellel seletub see kõrvalejäämisega Riigikogu valimistest (mistõttu nende seas ei tohiks keegi seitset punkti kogudagi). Tähelepanuväärne on ka null punkti kogunute (kellel puudub igasugune poliitiline huvi, osalus ja valimiskäitumine) suurem osakaal mittekodanike seas (18% *versus* 10%).

Täisealiste kodanike aktiivsusindeksi põhjal loodud lihtsustatud aktiivsusindeks (joonis 10.1), lubamaks suuruselt paremini võrreldavaid respondentide gruppe, vähendamaks gruppide arvu ning hõlbustamaks edasist analüüsi.

Selleks liideti omavahel tabelis 10.1 toodud teine ja kolmas grupp (vastavalt 1 ja 2 punkti saanud respondentide grupid) ning seitsmes ja kaheksas grupp (vastavalt 6 ja 7 punkti kogunud respondentide grupid). Null punkti saanute gruppi pidame olemuslikult õigeks mitte liita ühegi teise grupiga, kuna selle grupi liikmeid iseloomustab täielik passiivsus.

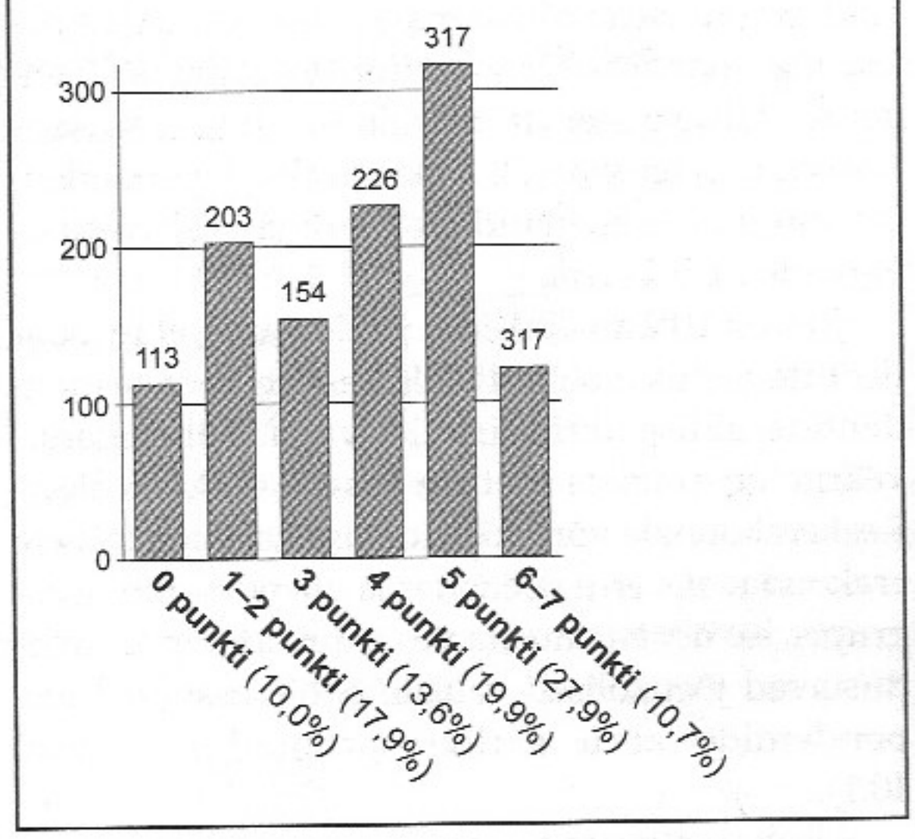
Eesti kodanikkonna poliitiline tüpoloogia

Eesti kodanikkonna poliitilise tüpoloogia (joonis 10.2) passiivsuse–aktiivsuse telje moodustas kodanike aktiivsusindeks.

Tabel 10.1. Mittekodanike ja täisealiste kodanike jagunemine aktiivsusindeksi alusel

	Täisealised kodanikud		Mittekodanikud	
	N	%	N	%
0 punkti	113	10,0	47	18,1
1 punkti	33	2,9	9	3,3
2 punkti	170	15,0	39	15,0
3 punkti	154	13,6	47	18,1
4 punkti	226	19,9	55	21,3
5 punkti	317	27,9	54	21,1
6 punkti	75	6,6	6	2,3
7 punkti	47	4,1	2	0,9
Kogu alavalim	1134	100	258	100

Joonis 10.1. Täisealiste kodanike lihtsustatud aktiivsusindeks



Tüpoloogia teise telje – erakondliku määratletuse või määratlematuse – idee andsid saksa teadlased Dieter Fuchs ja Hans-Dieter Klingemann, kes kirjutavad oma teoses "Kodanikud ja riik" järgmist:

> Valitsus ja opositsioon moodustavad institutsionaalse mehhanismi, mis peaks esindusdemokraatias reguleerima pidevalt kogunevat rahulolematust. Selle mehhanismi efektiivsus sõltub sellest, kui palju kodanikke peab vähemalt üht erakonda sündsaks ja pädevaks esindamaks nende huve, ja kui palju kodanikke usub, et "nende" erakonnal on reaalne võimalus lähitulevikus võimule pääseda (Klingemann & Fuchs 1995: 3).

Seega on toetus erakondadele otseses seoses süsteemi legitiimsusega valijaskonna jaoks. Nii otsustasime lisaks valijate huvile ja osalusele jälgida

nende poolehoidu ühele või teisele Riigikogus esindatud erakonnale. Selleks sobis ankeedi küsimus 64 (*Millised Eesti erakonnad on Teie huvide ja vaadete seisukohalt Teile kõige lähemad? Valige nimekirjast Teie vaadetele ja huvidele kaks kõige lähedasemat erakonda*), kus vastaja võis valida ankeedis tähestiku järjekorras esitatud erakondade nimekirjast talle meelepärased erakonnad. Nimetatud küsimus ei olnud aluseks eelpoolkirjeldatud aktiivsusindeksi koostamisel.

Respondentide poolt enimmärgitud erakondadest valiti aktiivsusindeksi skaalal võrdluseks kuus erakonda (vt joonis 10.2). NB! Olgu korratud, et iga respondent võis nimekirjas märkida kaks erakonda.

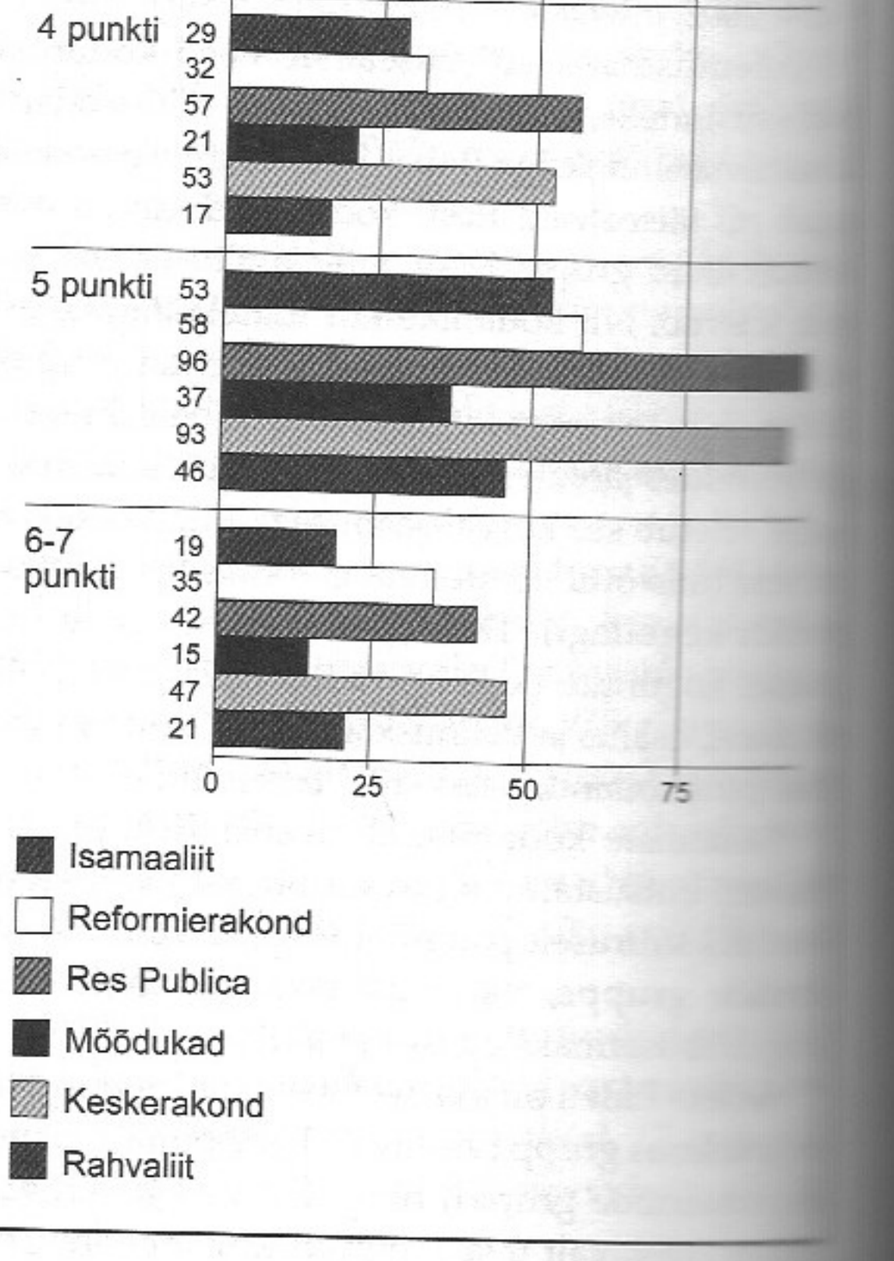
Need erakonnad olid järgmised: Isamaaliit (kokku 131 märkimist), Reformierakond (177 märkimist), Res Publica (274 märkimist), Mõõdukad (113 märkimist), Keskerakond (277 märkimist) ja Rahvaliit (96 märkimist). Ülejäänud erakonnad pälvisid oluliselt vähem märkimisi: Sotsiaaldemokraatlik Tööpartei (23 märkimist), Eestimaa Ühendatud Rahvapartei (18 märkimist) ning *mõni muu erakond* (12 märkimist). Kokku valisid respondendid ankeedis nimetatud erakondi ja teisi vastusevariante 1121 korral.

Joonist 10.2 analüüsides järeldasime, et respondentide toetus erakondadele kasvab koos respondentide üldise aktiivsuse kasvuga. Tähelepanuväärne on suurem toetuse kasv Res Publicale ja Keskerakonnale võrreldes toetuse kasvuga teistele erakondadele, eriti neljandas ja viiendas aktiivsusgrupis, s.o arvult suurimates rühmades, mis moodustavad tõenäoliselt valijate põhimassi (vrd respondentide arvu aktiivsusgruppides joonisel 10.1).

Lisaks erakondade valimisele võis vastaja märkida ankeedi 64. küsimusele vastuseks, et *Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond* (kriitiline seisukoht) või *Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid* (huvitu seisukoht).

Seetõttu jagasime andmestiku gruppideks koordinaatteljestikul, mille x-telje moodustasid eelpoolkirjeldatud aktiivsusindeksi kuus gruppi (passiivsuse–aktiivsuse telg) ning y-telje vastused ankeedi 64. küsimusele ehk toetus erakondadele (süsteemi legitiimsus ja süsteemis osalemine). Toetust erakondadele vaatlesime kolmes jaos, seda 64. küsimuse järgneva kolme vastusevariandi alusel: a) respondent toetab vähemalt üht erakonda (vastused 1–9), b) respondent on informeeritud, ent kriitiline (vastus 10: *Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond*) ning c) respondent ei osale ega ole huvitatud (vastus 11: *Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid*).

Joonis 10.2. Aktiivsusindeksi seos respondentide toetusega Riigikogus esindatud erakondadele



Y-telje kolmese jaotuse loomisel kontrolli[tud] nende vastusevariantide võimalikku kat[tumist] ühe ja sama respondendi vastustes.

Vastuste kontrollil ilmnes tõepoolest mõ[ned] gaid probleeme.

1. 14 täisealist kodanikku (kogu andmebaa[si] 18 respondenti – siin ja edaspidi esitatakse [ainult] des andmed kogu andmebaasi kohta) ei olnud [vas]inud ühtegi 64. küsimuse vastusevarianti. Need isikud jätsime järgnenud analüüsist välja.

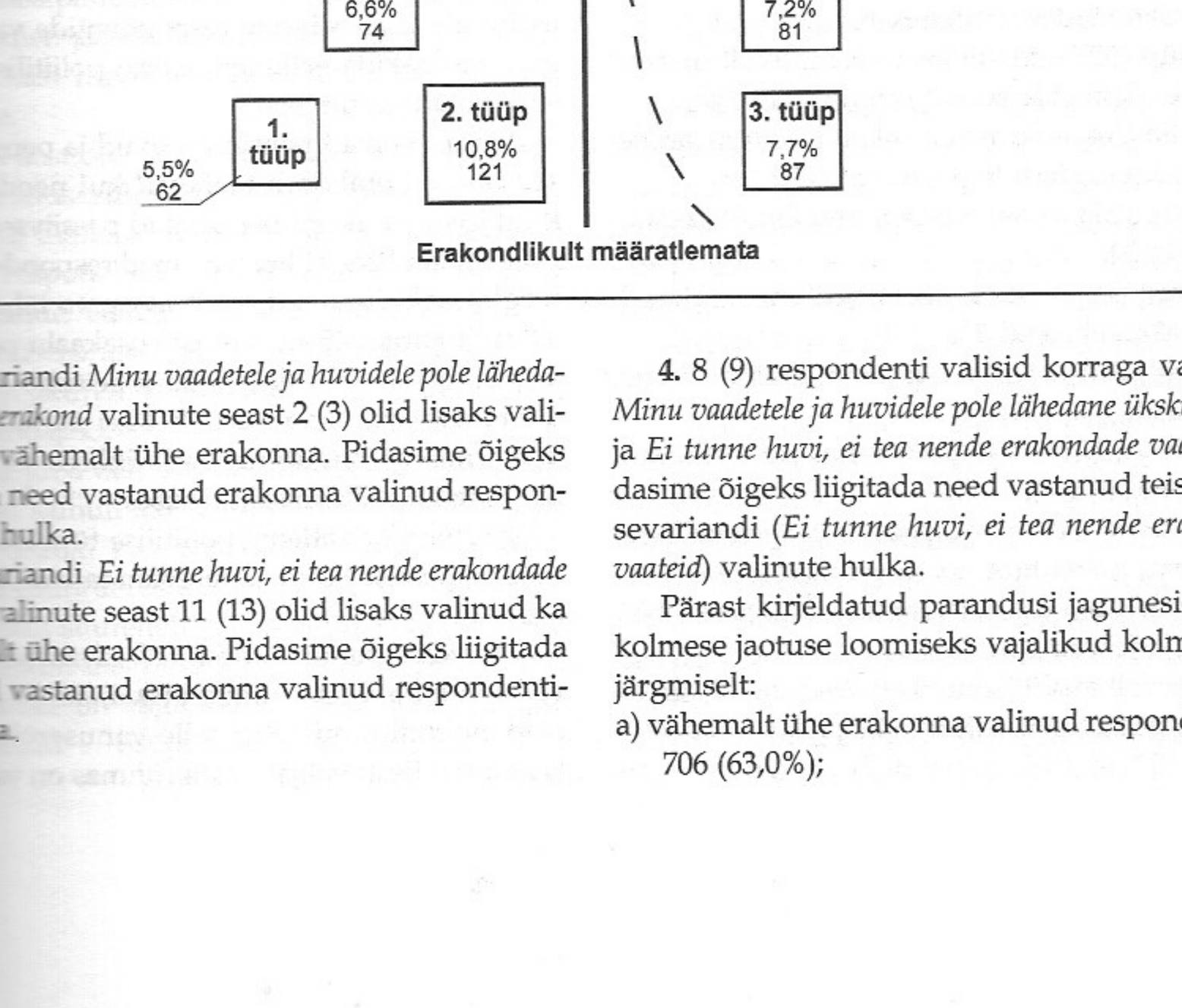
Joonis 10.3. Eesti täisealiste kodanike aktiivsusindeksi ja erakondliku määratletuse risttabel

Vastajate arv ja % koguhulgast (1120). Ringid tähistavad liidetud gruppe, vrd joonisega 10.4

	Erakondlikult määratletud			Erakondlikult määratlemata		
Toetab vähemalt üht erakonda	29 2,6%	92 8,3%	83 7,4%	141 12,6%	242 21,6%	108 9,6%
Informeeritud, ent parteide suhtes kriitiline	21 1,9%	32 2,8%	21 1,9%	39 3,5%	35 3,1%	7 0,6%
Parteidest mittehuvituv	62 5,5%	77 6,8%	44 4,0%	44 4,0%	36 3,2%	4 0,4%
	Passiivne			Aktiivne		

Joonis 10.4. Eesti täisealiste kodanike poliitiline tüpoloogia

Rühmad on kujutatud nende suhtelises suuruses;
toodud on igasse rühma liigitunud vastajate arv ning % küsitlusele vastanud valimisõiguslikest kodanikest



2. Variandi *Minu vaadetele ja huvidele pole lähedasemaid erakond* valinute seast 2 (3) olid lisaks valinud ka vähemalt ühe erakonna. Pidasime õigeks liigitada need vastanud erakonna valinud respondentide hulka.

3. Variandi *Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid* valinute seast 11 (13) olid lisaks valinud ka vähemalt ühe erakonna. Pidasime õigeks liigitada ka need vastanud erakonna valinud respondentide hulka.

4. 8 (9) respondenti valisid korraga variandid *Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond* ja *Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid*. Pidasime õigeks liigitada need vastanud teise vastusevariandi (*Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid*) valinute hulka.

Pärast kirjeldatud parandusi jagunesid y-telje kolmese jaotuse loomiseks vajalikud kolm gruppi järgmiselt:

a) vähemalt ühe erakonna valinud respondente oli 706 (63,0%);

b) mitte ühtegi erakonda lähedaseks pidavaid respondente oli 154 isikut (13,8%);
c) erakondadest mitte huvituvaid respondente oli 260 isikut (23,2%).

Järgnevalt võisime asuda Eesti valijaskonna tüpoloogia koostamisele, luues esmalt lihtsustatud aktiivsusindeksi ja eelpoolkirjeldatud kolmese jaotuse risttabeli (joonis 10.3).

Nagu võib näha jooniselt 10.3, ei jagunenud Eesti täisealised elanikud risttabelis võrdseteks gruppideks, kusjuures mõned grupid osutusid edasise analüüsi jaoks liialt väikesteks. Seetõttu lihtsustasime tabelit ning liitsime arvukuselt väiksemad, ent tunnustelt sarnased grupid (vt joonisel 10.3 ringe, mis ühendavad liidetud gruppe). Risttabeli lihtsustamise tulemusena sündis joonis 10.4 – Eesti valimisealise kodanikkonna poliitiline tüpoloogia.

Tüüpide aluseks olevate gruppide moodustamisel jäeti iseseisvate gruppidena alles joonisel 10.3 kujutatud risttabeli nurkades paiknenud vastandlikud grupid (kõige passiivsem ning erakondadest mittehuvituv 1. tüüp ja kõige aktiivsem ning end erakondlikult määratlev 9. tüüp). Iseseisva grupina säilis ka 8. tüüp kui kõige suurem grupp. Ülejäänud grupid on liidetud viisil, mis võimaldab luua võrreldava suurusega tüüpe.

Eesti valimisealise kodanikkonna poliitiline tüpoloogia koosneb üheksast tüübist. Lähtuvalt koordinaatteljestiku telgedest on tüübid nimetatud järgmiselt:

1. tüüp (B4) – väga passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv (5,5%);

2. tüüp (B3) – passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv (10,8%);

3. tüüp (A5) – aktiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv (7,7%);

4. tüüp (B2) – passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondade suhtes kriitiline (10,8%);

5. tüüp (A4) – aktiivne, erakondlikult määratlemata, erakondade suhtes kriitiline (7,2%);

6. tüüp (B1) – passiivne, erakondlikult määratletud (10,8%);

7. tüüp (A3) – keskmiselt aktiivne, erakondlikult määratletud (20,1%);

8. tüüp (A2) – aktiivne, erakondlikult määratletud (21,6%);

9. tüüp (A1) – väga aktiivne, erakondlikult määratletud (9,6%).

Alaosas *10. Poliitilise tüpoloogia tüüpide kokkuvõte* käsitleme neid tüüpe nende poliitilisest aktiivsusest ja erakondlikust määratletusest lähtuvalt korrastatud järjekorras A1–B4.

Järgnevalt analüüsime risttabeleis nende gruppide sotsiaal-demograafilisi näitajaid: vanust (lisatabelid 10.1 ja 10.2, tabel 10.2), rahvust (joonis 10.5), sugu (joonis 10.6), haridust (tabel 10.3), sissetulekut pereliikme kohta (tabel 10.4), asulatüüpi ehk elukohta (tabel 10.5) ja kuuluvust ametigruppi (tabelid 10.6 ja 10.7).

4. Poliitiline tüpoloogia ja sotsiaal-demograafilised tunnused

4.1. Vanus

Eesti kodanike poliitilise tüpoloogia ja vanuserühmade võrdluse kokkuvõtteks märgime järgmise tendentse. Esiteks, 30–44-aastaste ja 45–54-aastaste vanuserühma vahel jookseb poliitilise aktiivsuse eraldusjoon: nooremad on pigem passiivsemad ja vanemad on pigem aktiivsemad (lisatabel 10.1). Selline tendents avaldub reeglina olenemata sellest, kas respondendid huvituvad poliitikast või ei, kas nad toetavad mõnda erakonda või ei.

Liites vanuserühmad kolmeks peamiseks rühmaks vaadeldes nende esinemissagedust tüüpides (tabel 10.2), ilmneb nooremate passiivsuse ja vanemate aktiivsuse tendents veelgi selgemini. Passiivsemasse 1., 2. ja 6. tüübis ning keskmiselt aktiivses 7. tüübis moodustab alla 30-aastaste respondentide osakaalu kolmandiku. Väga aktiivses 8. ja 9. tüübis moodustab üle 45-aastaste osakaal aga peaaegu kaks kolmandikku.

Teiseks, kõige nooremate valijate osakaal on suurim väga passiivse ja erakondadest mittehuvituva 1. tüübi ning väga aktiivse ja erakondi toetava 9. tüübi vahel. Võib väita, et 18–19-aastased noored võivad olla poliitiliselt nii väga passiivsed kui väga aktiivsed. Ka teine ja kolmas vanuserühm jaguneb, ehkki vähem silmatorkaval moel, aktiivsete ja passiivsete respondentide vahel. See võib rääkida eelkõige noorte poliitilise aktiivsuse polariseerumisest.

Samas võivad pensionieelikud ja pensionärid olla nii erakondi toetavad kui nende suhtes kriitilised, ent reeglina pole nad passiivsed.

Kolmandaks, ehkki vanemad respondendid on reeglina aktiivsemad, võib märgata tähelepanuväärselt kõrget 45–64-aastaste osakaalu passiivses kriitilises 4. tüübis. Tõenäoliselt peitub nende üleminekuajal "kaotajate" sekka jäänud vanuserühmas kond, mis väljendub nende kriitilises suhtumises ning madalas valimisaktiivsuses.

Järgnevalt vaatleme poliitilise tüpoloogia tüüpide esinemist kuue vanuserühma kaupa (tabel 10.2).

Esimesse vanuserühma (15–19-aastased) võivad kuuluda vaid valimisealised, 18–19-aastased respondendid, mistõttu selle vanuserühma osakaal kogu Eesti valijate valikrühmas on väike

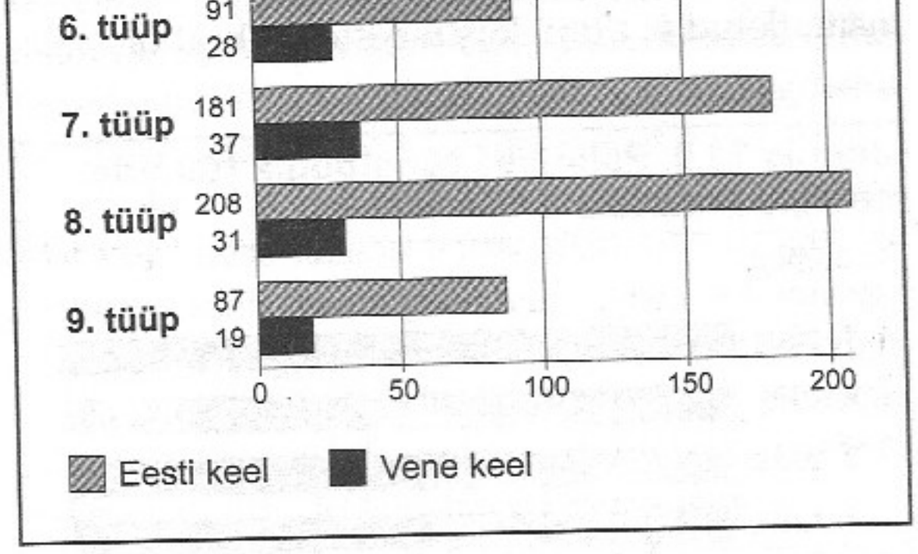
Tabel 10.2. Poliitilise tüpoloogia tüüpide vanuseline koosseis

% tüübist

	Alla 30 a	30–44 a	Üle 45 a
1. tüüp	**46**	32	22
2. tüüp	**31**	37	32
3. tüüp	21	26	**53**
4. tüüp	23	33	44
5. tüüp	15	28	**57**
6. tüüp	**31**	39	29
7. tüüp	**31**	26	43
8. tüüp	14	26	**61**
9. tüüp	22	21	**57**
Kogu alavalim	25	29	46

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev vanuserühma osakaalu näitaja.

Joonis 10.5. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus emakeele järgi



ning vanuserühma absoluutarvud on väikesed. Siiski torkab silma eelpool mainitud polariseerumine: selles vanuserühmas on üle keskmise väga passiivseid 1. tüübi respondente, ent üle keskmise ka väga aktiivse 9. tüübi esindajaid.

Järgmises vanuserühmas (20–29-aastased), mis samuti märgata aktiivsuse polariseerumist, ent tagasihoidlikumal moel. Selles vanuserühmas on suhteliselt kõige rohkem passiivseid ja poliitikast mittehuvituvaid respondente. Eelmise vanuserühmaga võrreldes on selles vanuserühmas keskmisest vähem väga passiivseid ja väga aktiivseid respondente.

Ka 30–44-aastaste vanuserühmas on palju passiivseid ja poliitikast mittehuvituvaid respondente, ent sarnaselt 15–19-aastaste vanuserühmaga on siingi tähelepanuväärne hulk aktiivseid respondente. Ometi jääb selles vanuserühmas aktiivsete ja poliitikast huvitatud 7.–9. tüübi osakaal alla keskmise.

45–54-aastaste vanuserühm demonstreerib eelnevate vanuserühmadega võrreldes teistsugust tendentsi: aktiivsemates tüüpides on kasvavalt rohkem respondente ning nõnda on see reeglina ka ülejäänud vanemate vanuserühmade puhul. Selle vanuserühma seas on suhteliselt kõige rohkem väga aktiivse ja erakondlikult määratletud 9. tüübi esindajaid.

Nagu juba öeldud, domineerivad 55–64-aastaste seas samuti aktiivsed ja erakondlikult määratletud tüübid. Passiivse ja erakondlikult määratlemata 2. tüübi arvukus väheneb selles vanuserühmas. Järsult suureneb vanuserühmas aktiivsete ja erakondlikult määratletud 8. tüübi respondentide hulk. Samas on väga aktiivsete ja erakondlikult määratletud 9. tüüpi kuuluvate respondentide hulk selles vanuserühmas väiksem kui 45–54-aastaste või 65–74-aastaste vanuserühmas.

Kõige vanemate, 65–74-aastaste respondentide seas esineb kõige rohkem aktiivsete tüüpide esindajaid. Selles vanuserühmas on kõige suurem ka erakondade suhtes kriitilise, ent aktiivse 5. tüübi suhteline osakaal. Sellele vaatamata võib väita, et seda vanuserühma iseloomustab keskmisest suurem erakondlik määratletus.

4.2. Rahvus

Poliitilise tüpoloogia ja rahvuse seose kirjeldamiseks kasutasime ankeedi 397. küsimust *Mis keel on Teie emakeel?* Järgnevas analüüsis uurime lähemalt vaid *eesti* või *vene* keele valinud respondente, kuivõrd valikrühmast jättis küsimusele vastamata vaid 1,3% ning vastusevariandi *muu* valis 0,9%.

Analüüsides poliitilise tüpoloogia ja emakeele seost, märkasime eestikeelsete respondentide suhteliselt sagedasemat esinemist aktiivsete ja erakondlikult määratletud tüüpide seas (joonis 10.5). Venekeelseid respondente esineb aktiivsetes ja erakondlikult määratletud tüüpides alla keskmise.

Kõige kõrgem (33,8%) on venekeelsete respondentide esinemine valikrühma keskmisega võrreldes passiivse ja erakondade suhtes kriitilise 4. rühma seas.

Ehkki venekeelseid respondente esineb kõigis tüüpides, on nad eestikeelsete respondentidega

võrreldes suhteliselt passiivsemad ja erakondade suhtes kriitilisemad. Seetõttu oletame, et osa venekeelseid respondente ei ole rahul enese poliitilise esindatusega.

4.3. Sugu

Vaadeldes Eesti valijate poliitilist tüpoloogiat soo kontekstis (joonis 10.6) nendime, et selle tunnuse lõikes ei erine paljud tüübid valikrühma keskmisest (mehi 46,9% ja naisi 53,1%).

Erandiks on passiivne ja erakondlikult määratlemata 2. tüüp ning passiivne ja erakondlikult määratletud 6. tüüp, kus meeste osakaal on keskmisega võrreldes kuni 10% kõrgem. Tähelepanuväärne on see, et mõlema tüübi valimisaktiivsus on 1990. aastate algusest olnud alla 50%.

Naiste osakaal on keskmisest pisut suurem passiivses ja kriitilises 4. tüübis ning aktiivses, erakondlikult määratletud 7. tüübis, ent mitte võrreldaval moel mainitud meeste ülekaaluga 2. ja 6. tüübis.

Seega on naised meestest pisut aktiivsemad, ent me ei pea sugu siiski aktiivsust eristavaks tunnuseks.

4.4. Haridus

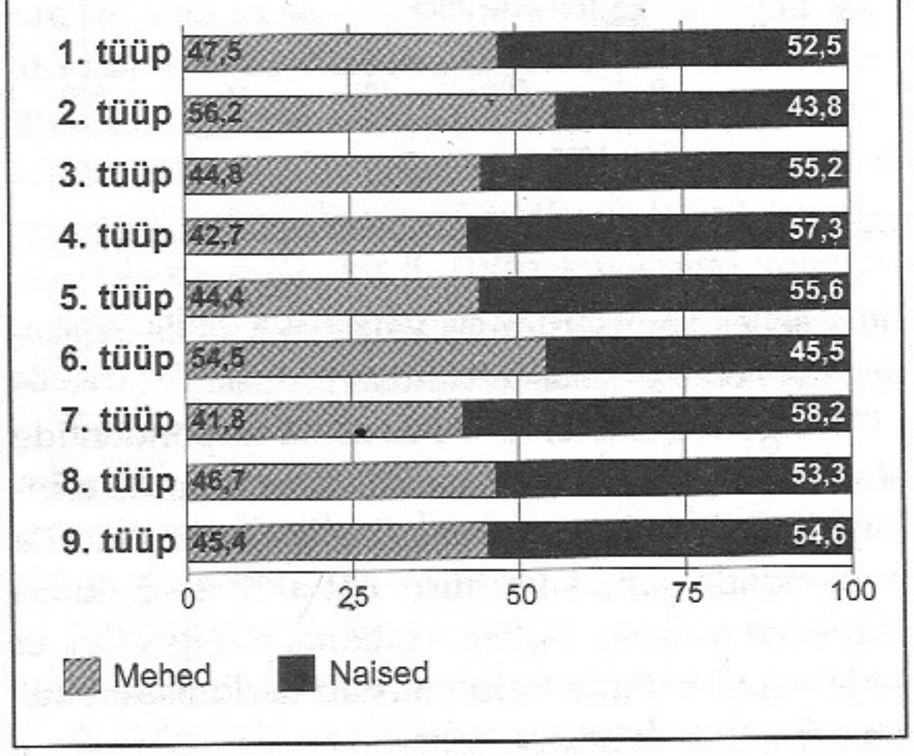
Vaadeldes poliitilist tüpoloogiat hariduse kontekstis, näeme seost kõrghariduse omandamise ja poliitilise aktiivsuse kasvu vahel (tabel 10.3).

Võime järeldada, et kõrgharidusega kodanikud ei ole passiivsed, vaid jälgivad poliitilist maastikku ning jäävad alg- või keskharidusega kodanikega võrreldes valimistest harvemini kõrvale (kõrgharidusega respondendid esinevad keskmisest sagedamini 5., 8. ja 9. tüübis, mis on nelja kõige kõrgema valimisaktiivsusega tüübi seas; vt joonis 10.14).

Kõrgharidusega respondente esineb rohkem nii erakondade suhtes kriitiliste kui ka erakondi toetavate respondentide seas. Kõrgharidusega respondentide osakaal on kogu valikrühma keskmisega võrreldes kaks korda kõrgem väga aktiivsete erakondi toetavate respondentide seas.

Alg- või põhiharidusega respondendid esinevad keskmisest sagedamini väga passiivsete ja

Joonis 10.6. Poliitilise tüpoloogia tüüpide sooline koosseis



Tabel 10.3. Poliitilise tüpoloogia tüüpide hariduslik koosseis

	Alg, põhi		Kesk		Kõrg		Tüübis kokku	
	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	%
1. tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	**22**	**36,1**	**38**	**62,3**	1	1,6	61	100
2. tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	24	21,1	66	57,9	24	21,1	114	100
3. tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	18	21,2	49	57,6	18	21,2	85	100
4. tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	13	17,6	**48**	**64,9**	13	17,6	74	100
5. tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	10	12,8	46	59,0	**22**	**28,2**	78	100
6. tüüp (passiivne, määratletud)	22	18,8	**77**	**65,8**	18	15,4	117	100
7. tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	50	22,6	121	54,8	50	22,6	221	100
8. tüüp (aktiivne, määratletud)	38	16,2	129	54,9	**68**	**28,9**	235	100
9. tüüp (väga aktiivne, määratletud)	12	11,2	52	48,6	**43**	**40,2**	107	100
Kogu alavalim	209	19,1	626	57,3	257	23,5	1092	100

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev haridustaseme osakaalu näitaja.

erakondlikult määratlemata 1. tüübi respondentide seas (kelle hulgas on muidugi ka neid respondente, kes pole vanusest tulenevalt veel jõudnud gümnaasiumi lõpetada).

Keskharidusega respondente esineb ühtviisi nii erakondlikult määratlemata respondentide, erakondade suhtes kriitiliste respondentide kui ka vähemalt üht erakonda toetavate respondentide seas. Keskharidusega respondente esineb suhteliselt kõige rohkem passiivsetes 1., 4., ja 6. tüübis.

4.5. Sissetulek

Sissetulekut ja poliitilist tüpoloogiat võrreldes (tabel 10.4) võib märgata jõukuse kasvu ning erakondliku määratletuse ja poliitilise aktiivsuse kasvu vahelist seost. Ent väga aktiivsete ja end erakondlikult määratlenud respondentide seas (8. ja 9. tüüp) on ka märkimisväärsel hulgal tagasihoidliku sissetulekuga (pereliikme kohta 1501–2500 krooni kuus) respondente.

Suhteliselt jõukamate respondentide (sissetulek pereliikme kohta 4001–6000 krooni kuus) seas on ka suhteliselt palju aktiivsemaid ja erakondade suhtes kriitilisi respondente (5. tüüp), ent valikus keskmisega võrreldes oluliselt vähem passiivsemaid kriitilisi respondente (4. tüüp). Hilisemas analüüsis selgub, et 4. tüüpi kuulub kõige vähem töötuid respondente.

Nendime, et keskmisest kõrgem sissetulek on keskmisest suurema poliitilise aktiivsuse ja erakondliku eelistusega koosesinev tegur, ent mitte võrreldaval määral haridustasemega. Tõenäoliselt ei kujunda see tegur poliitilist aktiivsust olulisel määral, nagu võib oletada madalama ja kõrgema sissetulekuga respondentide esinemise põhjal väga aktiivses 8. ja 9. tüübis.

4.6. Asulatüüp

Kuivõrd ankeedi 602. küsimuse *Kus te praegu elate?* põhjal moodustatud piirkondi võrdlev tabel ei osutunud piisavalt kõnekaks (jättes kõrvale erinevuse pealinna ja ülejäänud Eesti vahel), tugineme järgnevas analüüs 668. küsimusele *Asulatüüp*.

Asulatüüpi ehk elukohta ja poliitilist tüpoloogiat võrdlevas tabelis (tabel 10.5) võime märgata erakondi toetavate ja pigem aktiivsete respondentide (6.–8. tüüp) seas keskmisega võrreldes enam tallinlasi. Kõige aktiivsema 9. tüübi seas on siiski tallinlastega võrreldes suhteliselt rohkem maakonnakeskustes või külas elavaid respondente.

Erakondadesse kriitiliselt suhtuva passiivse 4. tüübi seas on suhteliselt kõige rohkem teiste suurte linnade (Tartu, Pärnu, Kohtla-Järve, Narva) elanikke.

Erakondadest mittehuvituvaid respondente esineb suhteliselt kõige rohkem väikelinnades, alevites ja alevikes.

Tabel 10.4. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus sissetuleku järgi

Sissetulek pereliikme kohta

	Kuni 1500		1501–2500		2501–4000		4001–6000		Üle 6000		Tüübis kokku	
	N	% tüübis	N	% tüübis	N	% tüübis	N	% tüübis	N	% tüübis	N	%
Tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	23	39,0	**23**	**39,0**	8	13,6	3	5,1	2	3,4	59	100
Tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	**48**	**41,0**	27	23,1	**28**	**23,9**	9	7,7	5	4,3	117	100
Tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	30	34,9	25	29,1	19	22,1	9	10,5	3	3,5	86	100
Tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	**28**	**41,2**	18	26,5	**16**	**23,5**	2	2,9	4	5,9	68	100
Tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	**32**	**40,0**	18	22,5	14	17,5	**11**	**13,8**	5	6,3	80	100
Tüüp (passiivne, määratletud)	45	38,8	27	23,3	20	17,2	**16**	**13,8**	8	6,9	116	100
Tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	65	29,4	62	28,1	49	22,2	33	14,9	12	5,4	221	100
Tüüp (aktiivne, määratletud)	55	23,1	**78**	**32,8**	50	21,0	28	11,8	**27**	**11,3**	238	100
Tüüp (väga aktiivne, määratletud)	23	21,5	**35**	**32,7**	20	18,7	**20**	**18,7**	**9**	**8,4**	107	100
Kõige olavalim	349	32,0	313	28,7	224	20,5	131	12,0	75	6,9	1092	100

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev sissetulekurühma osakaalu näitaja.

Tabel 10.5. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus asulatüübi järgi

	Pealinn		Suur linn		Maakonna-keskus		Muu linn, alev		Alevik		Küla		Tüübis kokku	
	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	%
1. tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	15	24,2	**16**	**25,8**	4	6,5	5	8,1	8	12,9	14	22,6	62	100
2. tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	20	16,5	27	22,3	13	10,7	11	9,1	**24**	19,8	26	21,5	121	100
3. tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	13	15,1	19	22,1	11	12,8	**9**	**10,5**	**16**	18,6	18	20,9	86	100
4. tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	18	24,3	**19**	**25,7**	9	12,2	5	6,8	8	10,8	15	20,3	74	100
5. tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	17	21,0	13	16,0	**17**	**21,0**	7	8,6	9	11,1	18	22,2	81	100
6. tüüp (passiivne, määratletud)	**40**	**33,1**	20	16,5	7	5,8	12	9,9	13	10,7	**29**	**24,0**	121	100
7. tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	**68**	**30,2**	42	18,7	23	10,2	17	7,6	28	12,4	47	20,9	225	100
8. tüüp (aktiivne, määratletud)	**84**	**34,7**	36	14,9	25	10,3	22	9,1	35	14,5	40	16,5	242	100
9. tüüp (väga aktiivne, määratletud)	32	29,6	9	8,3	**15**	**13,9**	10	9,3	12	11,1	**30**	**27,8**	108	100
Kogu alavalim	307	27,4	201	17,9	124	11,1	98	8,8	153	13,7	237	21,2	1120	100

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev asulatüübi osakaalu näitaja.

Võib väita, et aktiivsus- ja huvikeskustena jo[illegible]nistuvad välja Tallinn, maakonnakeskused ja kü[illegible]lad, passiivsuskeskustena suured linnad, muud linnad, alevid ja alevikud. Samas tuleb mainida, et Tallinnas ja külades esineb keskmisest enam ka erakondi toetavaid, ent passiivsemaid respondente (6. tüüp).

4.7. Ametigrupid

Kuna ametigruppi kuulumise küsimustele (614.1–614.17 *Kes Te olete praegu?*) vastates võis respondent valida loetelus mitu vastusevarianti, pidime vastused ümber kodeerima. Ümberkodeerimise tulemusena saime andmed, mis näitavad täiseaste kodanike jagunemist ametigruppidesse (tabel 10.6).

Tulemuse arusaadavuse ja usaldusväärsuse huvides kirjeldame järgnevalt ümberkodeermist.

Ankeedis võis respondent valida endale meelepäraseid ametigruppe järgnevate seast: 1) ettevõtja, 2) talunik, 3) vabakutseline, FIE (füüsilisest isikust ettevõtja), 4) ettevõtte, asutuse tippjuht, põhitegevuse või ala juht, 5) tippspetsialist, 6) keskastme spetsialist või abispetsialist, 7) kontoriametnik, 8) isiku- või klienditeenindaja, 9) oskustööline, 10) seadme- või masinaoperaator, mootorsõiduki juht, 11) lihttööline, 12) muu palgatööline, 13) õpilane, üliõpilane, 14) kodune, 15) töötu, 16) pensionär, 17) muu.

Ümberkodeerimise peamine eesmärk oli seetada iga respondent vaid ühe ametigrupiga. Seleks lähtusime kahest printsiibist.

Esiteks, loeb "tähtsam": kui respondent nimetas end nii juhiks kui tudengiks, kodeerisime ta juhina. Juhi ja ametniku koosnimetamise puhul kodeerisime respondendi juhina. Seevastu üliõpilase ja töölise või üliõpilase ja teenindaja koosnimetamise puhul kodeerisime respondendi üliõpilasena, kuna võib arvata, et üliõpilaseks olemine on ta põhitegevus. Samas aga kodeerisime töötavad pensionärid vastavalt ametigrupile, kus nad töötavad – teenindaja või töölisena.

Teiseks, võimalikult "puhaste" gruppide printsiip: kui respondent nimetas end nii teenindajaks kui tööliseks, kodeerisime ta teenindajana, et tuua esile "puhas" tööliste ametigrupp. Kui respondent nimetas end talunikuks ja teenindajaks või talunikuks ja tööliseks, kodeerisime ta ikkagi talunikuna, kuna see grupp on arvuliselt väike.

Muu elukutse valis vaid viis respondenti [illegible] selle vastusevariandi kodeerisime vastamata [illegible]nud respondentidega samasse gruppi.

Ametigruppide ja poliitilise tüpoloogia [illegible] tabeli (tabel 10.7) analüüsil ilmnes järgmist.

Tabel 10.6. Täisealiste kodanike ametigrupid		
	N	% täisealistest kodanikest
Juht, ettevõtja, tippspetsialist	171	15,2
Ametnik, spetsialist	177	15,8
Teenindaja	88	7,8
Talunik, FIE	60	5,3
Tööline, autojuht	227	20,3
Kodune, töötu	76	6,8
Üliõpilane	92	8,2
Pensionär	188	16,8
Ametigrupid kokku	1077	96,2
Määramata, muu	43	3,8
Kogu alavalim	1120	100,0

juhid, ettevõtjad, tippspetsialistid esinevad teist valijate keskmisega võrreldes enam aktiivsemad ning 5., 8. ja 9. tüübis. Seega on nad keskmise respondendiga võrreldes oluliselt aktiivsemad ning eelkõndi toetavad, samas on neist osa erakondade suhtes kriitiliselt meelestatud (5. tüüp).

Ametnikud ja spetsialistid esinevad valikrühma keskmisega võrreldes enam aktiivses ja erakondade suhtes kriitilises 3. ja passiivses, erakondlikult määratletud 6. tüübis. Seega leidub ametnike ja spetsialistide hulgas kahesuguseid respondente: ühed, kes ei huvitu poliitikast ja erakondadest, ent kelle aktiivsusindeks on 4–7 punkti, ja teised, kes eelistavad üht või kaht erakonda, ent on keskmisest vähem aktiivsed. Esimeste valimisaktiivsus on viimastega võrreldes suurem, mistõttu võib väita, et ühiskondliku aktiivsuse olemasolu tagab keskmisest kõrgema valimisaktiivsuse ning seeläbi suurema tõenäosusega kui selgeltsõnastatud toetus vähemalt ühele erakonnale.

Teenindajad esinevad Eesti valijate keskmisega võrreldes enam passiivsetes 1., 2. ja 4. rühmas. Võrreldes keskmisega võrreldes esineb neid ühtlasi ka rohkem erakondadest mittehuvituvate või ükski erakondade suhtes kriitiliste respondentide seas. Nende valimisaktiivsus on Eesti valija keskmise valimisaktiivsusega võrreldes madalam.

Talunikud ja FIE-d jagunevad tüüpide vahel mõnevõrra ebaühtlaselt, ent pisut rohkem esineb neid passiivsete ja erakondade suhtes kriitiliselt meelestatud 4. tüübis. Kuna enamiku sellest ametigrupist moodustavad FIE-d ning kuna on teada, et 4. tüübi seas on kõige rohkem töötuid, võime nentida, et töötud ja töötud samanevad oma hoiakute poolest.

Tööliste ja autojuhid esinevad sagedamini aktiivsusetuna passiivsuspoolel 1., 2. ja 6. tüübi seas. Kõrgest hoiab mõnd erakonda (6. tüüp), osa aga passiivsuse (1. ja 2. tüüp). Nende tüüpide valimisaktiivsus on keskmisest väiksem.

Tabel 10.7. Poliitilise tüpoloogia tüüpide jaotus ametigruppide järgi

	Juht, spetsialist, ettevõtja		Ametnik, spetsialist		Teenindaja		Talunik, FIE		Tööline, autojuht		Kodune, töötu		Üliõpilane		Pensionär		Tüübis kokku	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	8	13,3	4	6,7	**7**	**11,7**	4	6,7	**16**	**26,7**	7	11,7	**7**	**11,7**	7	11,7	60	100
2. tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	16	14,4	14	12,6	**12**	**10,8**	7	6,3	**35**	**31,5**	10	9,0	5	4,5	12	10,8	111	100
3. tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	9	10,6	**17**	**20,0**	8	9,4	4	4,7	17	20,0	3	3,5	8	9,4	**19**	**22,4**	85	100
4. tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	9	13,0	8	11,6	**7**	**10,1**	**5**	**7,2**	12	17,4	**14**	**20,3**	3	4,3	11	15,9	69	100
5. tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	**17**	**21,3**	10	12,5	6	7,5	5	6,3	15	18,8	4	5,0	5	6,3	**18**	**22,5**	80	100
6. tüüp (passiivne, määratletud)	16	13,7	**29**	**24,8**	8	6,8	7	6,0	**31**	**26,5**	4	3,4	10	8,5	12	10,3	117	100
7. tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	23	10,5	34	15,5	18	8,2	10	4,6	**53**	**24,2**	21	9,6	24	11,0	36	16,4	219	100
8. tüüp (aktiivne, määratletud)	46	19,8	44	19,0	19	8,2	11	4,7	35	15,1	10	4,3	14	6,0	**53**	**22,8**	232	100
9. tüüp (väga aktiivne, määratletud)	**28**	**26,2**	18	16,8	3	2,8	6	5,6	13	12,1	4	3,7	**15**	**14,0**	20	18,7	107	100
Kogu alavalim	172	15,9	178	16,5	88	8,1	59	5,5	227	21,0	77	7,1	91	8,4	188	17,4	1080	100

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev ametigrupi osakaalu näitaja.

Koduseid ja töötuid esineb selgelt kõige rohkem 4. tüübis (valikrühma keskmine 7,1% *versus* 20,3%). See tüüp on keskmisest passiivsem ja erakondade suhtes kriitiliselt meelestatud. Keskmisest enam leidub koduseid ja töötuid ka väga passiivse (aktiivsusindeks null) ja erakondadest mittehuvituva 1. tüübi seas. Väidame, et selle ametirühma esindajad tavaliselt ühiskondlikus elus ei osale ning on riiklike institutsioonide suhtes kõige vaenulikumalt meelestatud, mis ilmneb järgnevas analüüsis.

Üliõpilaste ametirühma märkame keskmisest sagedamini väga passiivses 1. ja väga aktiivses 9. tüübis: seega jagunevad üliõpilased väga passiivsete ja väga aktiivsete respondentide vahel, mis kinnitab alaosas *4.1. Vanus* toodud teesi noorte polariseerumise kohta.

Pensionäride ametirühm esineb keskmisest enam keskmisest aktiivsemate tüüpide seas, torgates silma 3., 5. ja 8. tüübis. Seega pensionärid pigem osalevad aktiivselt ühiskondlikus elus ning ei istu passiivselt. Osa neist huvitub erakondadest ja käib valimas (8. tüüp), osa aga ei huvitu või on erakondade suhtes kriitiliselt meelestatud, ent käib valimas siiski enam, kui keskmine Eesti valija seda teeb (3. tüüp).

5. Poliitiline tüpoloogia ja kuulumine ühendustesse

Võrreldes Eesti valijate poliitilist tüpoloogiat nende kuuluvusega ühendustesse (lisatabel 10.3), nendime kohe poliitilise aktiivsuse seost ühiskondliku aktiivsuse ja ühendustesse kuulumisega. Need tüübid, kus esineb keskmisest rohkem ühendustesse kuuluvaid respondente (3., 5., 8. ja 9. tüüp), on ka suurima valimisaktiivsusega tüübid (vt joonis 10.14). Nende tüüpide valimisaktiivsus on vähemalt 60%, ületades seega Eesti keskmist valimisaktiivsust.

Samas meenutame, et ühendustesse kuulumise küsimus oli üks poliitilise aktiivsusindeksi lähteküsimusi ning kirjeldatud seos oli oodatav. Seega huvitas meid eeskätt see, millised ühendused on ühes või teises tüübis keskmisega võrreldes enam esindatud.

Kui analüüsisime neid tüüpe, kus esineb keskmisest rohkem ühendustesse kuuluvaid respondente (3., 5., 8. ja 9. tüüp), märkasime mõningaid erinevusi. Erakondlikult määratlemata, ent aktiivne 3. tüüp kuulub peamiselt huviklubidesse, kultuuriseltsidesse ja üürnike ühendustesse, vähemal määral ka naisteühendustesse.

Aktiivset ja kriitilist 5. tüüpi eristab keskmisest sagedasem kuulumine spordi- ja kehakultuuriorganisatsioonidesse, Kaitseliitu ja haridus-, teadus- ja koolitusseltsidesse.

Aktiivne ja erakondlikult määratletud 8. tüüp sarnaneb 5. tüübiga, ent kuulub vähem spordiorganisatsioonidesse ja heategevuslikesse kluhidesse, see-eest kuulub aga enam usuühingutesse ja huviklubidesse.

Väga aktiivne ja erakondlikult määratlemata 9. tüüp kuulub keskmisega võrreldes enam kõigisse ühendustesse, v.a õigusjärgsete omanike ühendused ja Kaitseliit. Selle tüübi puhul sageneb võrreldes 8. tüübiga kõige enam kuulumine poliitilistesse ühendustesse ja erakondadesse.

Ülejäänud tüüpide esindajad kuuluvad keskmisest rohkem üksnes usuühingutesse (4. tüüp), spordiorganisatsioonidesse (2. tüüp), noortekluhidesse (6. tüüp), puuetega inimeste ühendustesse (6. ja 7. tüüp), õigusjärgsete omanike ühendustesse (6. tüüp) ja Kaitseliitu (2. ja 6. tüüp).

Vaadates Eesti valijate kuuluvust ühendustesse tervikuna, nendime valijaskonna väga nõrka organiseeritust. Ainsa märkimisväärse organisatsioonitüübina tõusevad esile *korteri-, suvila- ja garaažiühistud*, kuhu kuulub 15,9% kõigist Eesti valijaist. Teisele kohale jäävad *usuühingud, kirikuvanemate ühendused* (6,2%) ning kolmandale *eriala- ja kutseliidud* (6,0%). *Poliitilistesse ühendustesse, erakondadesse* kuulub vaid 4,9% Eesti valijaist.

Paraku võime seega jätkuvalt kinnitada Dieter Arteri (1996) väidet, et valdav enamik Eesti organisatsioone ja ühendusi on marginaalse tähtsusega konna ja -mõjuga (viimase osas v.a erakonnad).

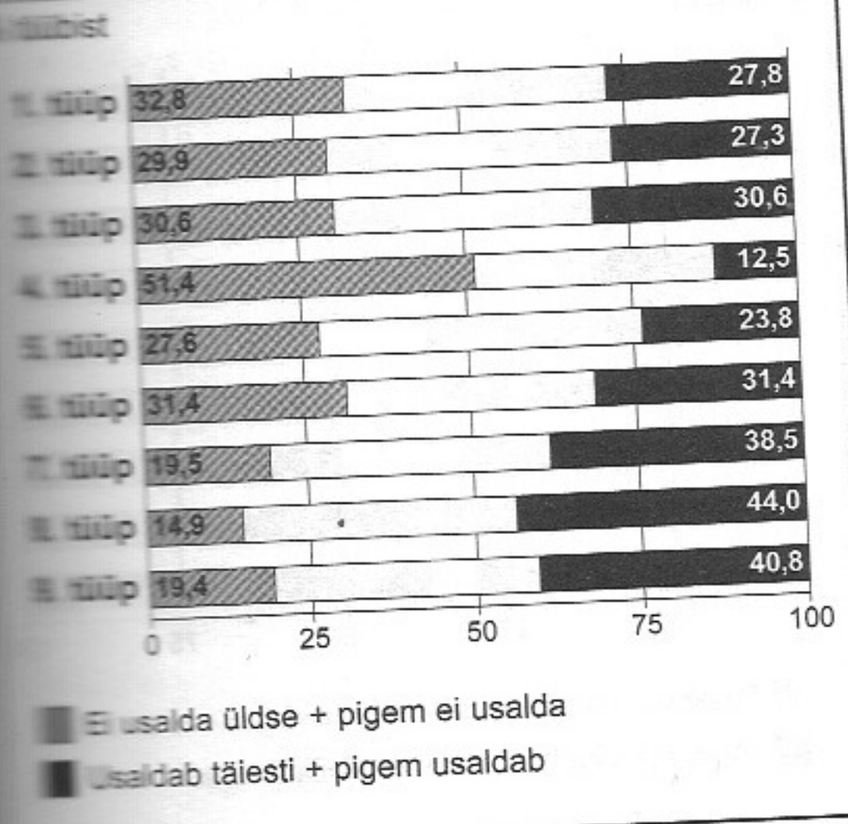
6. Poliitiline tüpoloogia ja usaldus riiklike institutsioonide vastu

6.1. Usaldus riiklike institutsioonide vastu

Nagu mainisime käesoleva peatüki sissejuhatuses, saab riik edukalt talitleda vaid piisava legitiimsuse olemasolu korral, mis tähendab eeskätt piisava usaldusvaru olemasolu riiklike institutsioonide vastu. Siinjuures on oluline silmas pidada "usalduse langus [poliitiliste] institutsioonide vastu on potentsiaalselt ohtlikum kui üldise poliitilise usalduse langus" (Klingemann & Fuchs 1995: 306).

Võib küsida, milline on "piisav" usaldusvaru riiklike institutsioonide vastu? Tuginedes Lääne-Euroopa demokraatiate riiklike institutsioonide usaldatavuse andmetele väidame, et ühiskonna funktsioneeriv demokraatia eeldab vähemalt mõõdukat usaldust riiklike institutsioonide vastu. Ilmekas, kus Lääne-Euroopa demokraatlikes riikides oli umbes protsent 1990. aastate algul 50–60 vahel (Klingemann & Fuchs 1995: 306). Erandina ja

Joonis 10.7. Usaldus riiklike institutsioonide vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides



riiklike institutsioonide vastu alla 45% Itaalias, mis on oma korporatiivse tausta ja sageli vahetuva valitsusega siiski erand.

Jälgides Eesti valijate usaldust riiklike institutsioonide vastu poliitilise tüpoloogia tüüpide kaupa (joonis 10.7), ei saa seda usaldust pidada piisavaks. Usaldusvaru riiklike institutsioonide vastu on piisav vaid aktiivsetes ja väga aktiivsetes 7.–9. tüübis, mis nende tüüpide puhul väljendub selges poliitilises valikus ja aktiivses valimisosaluses.

Ülejäänud tüüpides jagunevad respondendid võrdselt riiklikke institutsioone usaldavateks ja mitteusaldavateks või on mitteusaldajate arv nendes tüüpides pisut suurem. Viimase osas tõuseb eelle passiivne ja erakondadest mittehuvituv 1. tüüp ning eeskätt passiivne ja erakondade suhtes kriitiline 4. tüüp. Enam kui 50% 4. tüüpi kuulutest umbusaldab Eesti riiklikke institutsioone tugevalt või väga tugevalt ning ilmselt pole nende meelest Eesti Vabariigi vastu kõige soojemad.

10.2. Usaldus Riigikogu ja presidendi vastu

Ehkki reeglina eksisteerib seos poliitilise aktiivsuse ja poliitiliste institutsioonide usaldamise vahel, leidub siin kaks märkimisväärset erandit. Analüüsides Eesti valijate usaldust riiklike institutsioonide vastu institutsioonide kaupa, torkas meile silma väga madal usaldus Riigikogu vastu (tabel 10.8).

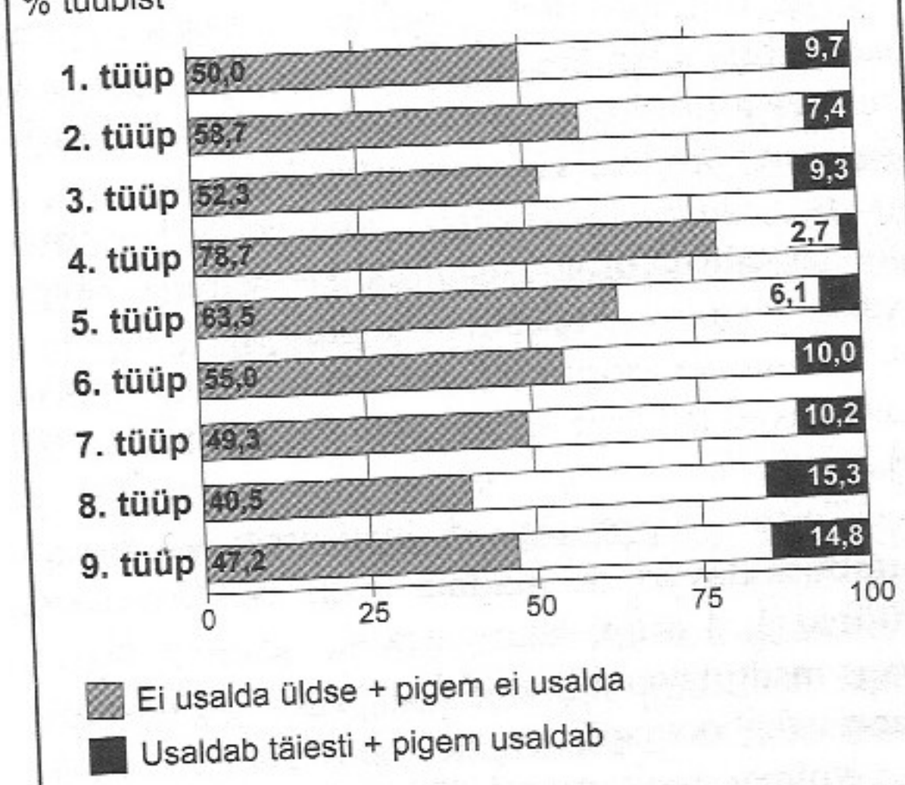
Üks enamusaldatavaid institutsioone oli seevastu presidendi institutsioon, mida võib kindlasti seostada eelmise ja praeguse presidendi isikuomadustega, teisisõnu, presidenti usaldatakse ilmselt kui meeldivat meest.

Tabel 10.8. Usaldus presidendi ja Riigikogu vastu Eesti valijate seas

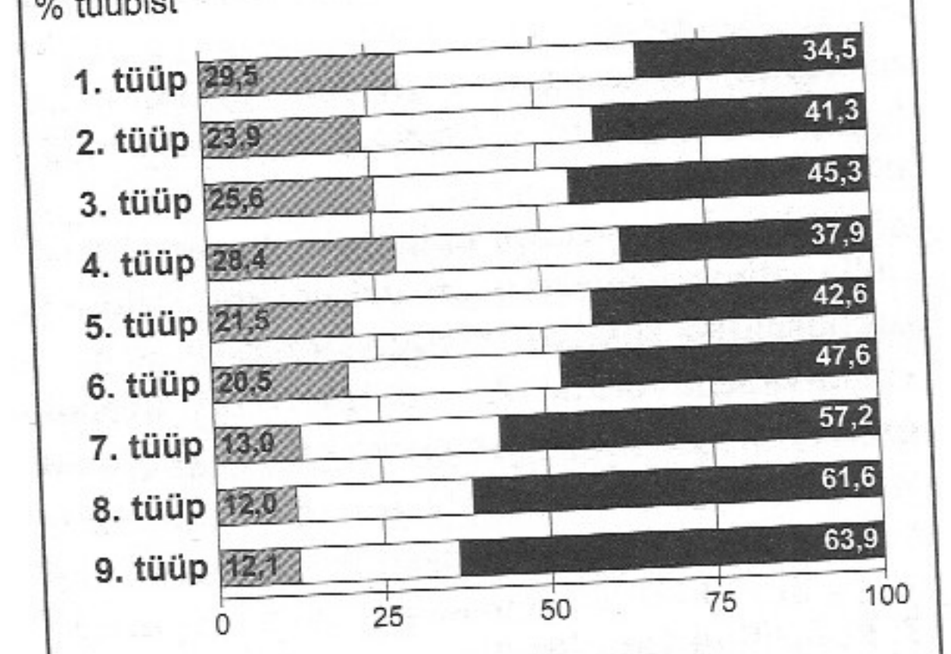
	President		Riigikogu	
	N	%	N	%
1. Ei usalda üldse	71	6,3	233	20,8
*2. Pigem ei usalda	133	11,9	351	31,4
*3. Neutraalne seisukoht	313	27,9	378	33,8
*4. Pigem usaldan	352	31,4	106	9,5
5. Usaldab täiesti	224	20,0	12	1,1
Vastamata	28	2,5	38	3,4
Kogu alavalim	1120	100,0	1120	100,0

* Ankeedis olid vahepealsed vastusevariandid tähistatud ainult numbritega.

Joonis 10.8. Usaldus Riigikogu vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides



Joonis 10.9. Usaldus presidendi vastu poliitilise tüpoloogia tüüpides



Seetõttu otsustasime eraldi jälgida Eesti valijate usaldust Riigikogu ja presidendi vastu poliitilise tüpoloogia tüüpide kaupa (joonis 10.8 ja 10.9).

Tähelepanuväärne on asjaolu, et Riigikogu *ei usalda* ja *pigem ei usalda* vähemalt 40% kõikidest tüüpidest. Usaldamatus on suurem erakondadest mittehuvituvates tüüpides ning muidugi erakondade suhtes kriitilistes tüüpides. Usaldamatus Riigikogu vastu on peaaegu samaväärne täiesti passiivses 1. tüübis ning väga aktiivses 9. tüübis. Seetõttu võib rääkida usalduskriisist Riigikogu suhtes (kuna usaldajate arv tõuseb maksimaalselt 15%-ni viimases kahes tüübis). Seda usalduskriisi kompenseerib aktiivsete tüüpide suurem usaldus teiste institutsioonide, sh presidendi vastu.

Nendes tüüpides, kes toetavad vähemalt üht erakonda (6.–9. tüüp) tõuseb usaldus presidendi vastu pidevalt, kuni ületab 60% piiri 8. tüübis. Erakondadest mittehuvituvates ja nende suhtes kriitilistes tüüpides ületab usaldus presidendi vastu samuti usaldamatuse, ent umbusu protsent esimestes tüüpides on siiski keskmiselt kaks korda suurem võrreldes viimaste tüüpidega.

Seostades Eesti valijaskonna poliitilise tüpoloogia valijate usaldusega riiklike institutsioonide vastu, jagunevad tüübid nelja gruppi.

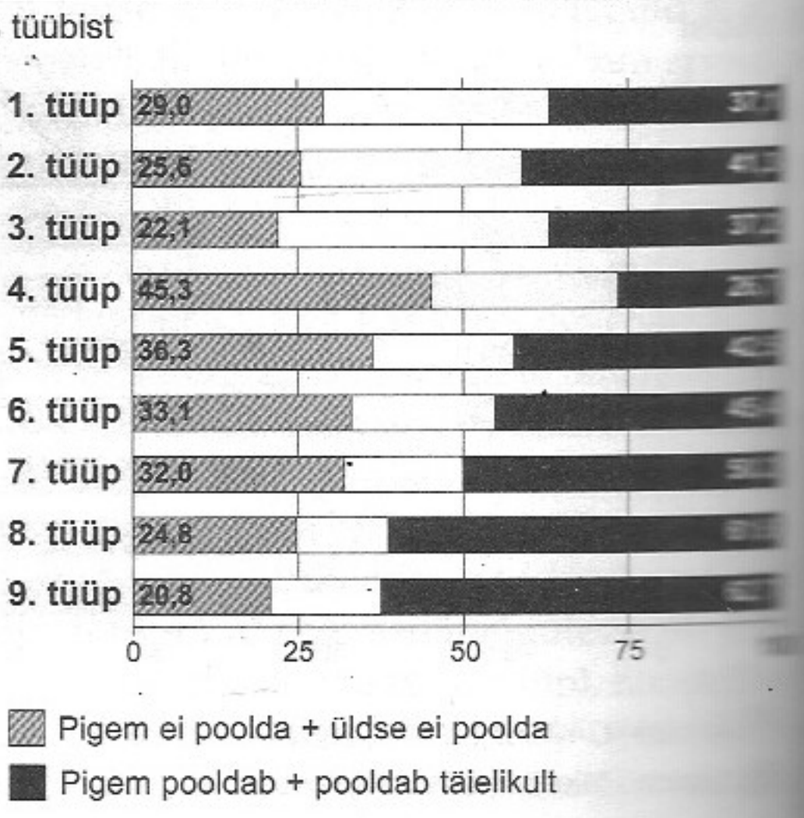
Esimesse gruppi jäävad institutsioone pigem usaldavad ja kõrge valimisaktiivsusega tüübid (7., 8., 9. tüüp).

Teise gruppi jäävad institutsioone pigem umbusaldavad ja madala valimisaktiivsusega tüübid (1., 4. tüüp). Esimese ja teise grupi puhul on seos institutsioonide usaldamise ja valimisaktiivsuse vahel ootuspärane.

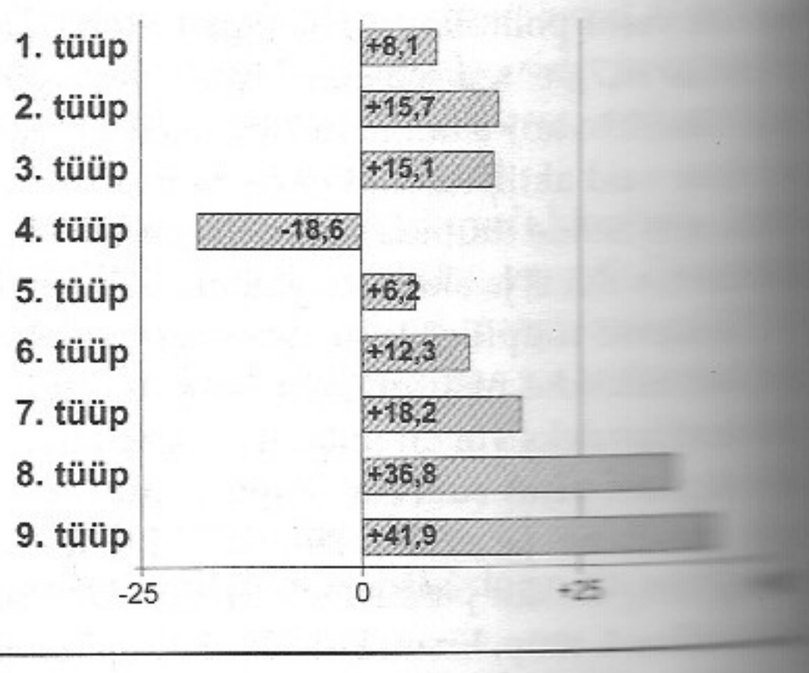
Kolmandasse gruppi jäävad need tüübid, mille valimisaktiivsus on kõrge, ent milles institutsioone pigem umbusaldatakse (5. tüüp), või kus on usaldus ja umbusaldus võrdse osakaaluga (3. tüüp). Nende tüüpide esindajad kuuluvad keskmisest enam organisatsioonidesse ja ühendustesse – võimalik, et nende suurem ühiskondlik võrgustik kompenseerib neile umbusu Riigikogu ja poliitikute suhtes.

Neljandasse gruppi paigutuvad need tüübid, mille valimisaktiivsus on madal, ent kus usaldus ja umbusaldus riiklike institutsioonide vastu on enam-vähem võrdne (2., 6. tüüp). Nende tüüpide esindajad kuuluvad keskmisest vähem organisatsioonidesse ja ühendustesse.

Joonis 10.10. Toetus liitumisele Euroopa Liiduga poliitilise tüpoloogia tüüpides



Joonis 10.11. Euroopa Liidu pooldajate ja vastaste vahe poliitilise tüpoloogia tüüpides



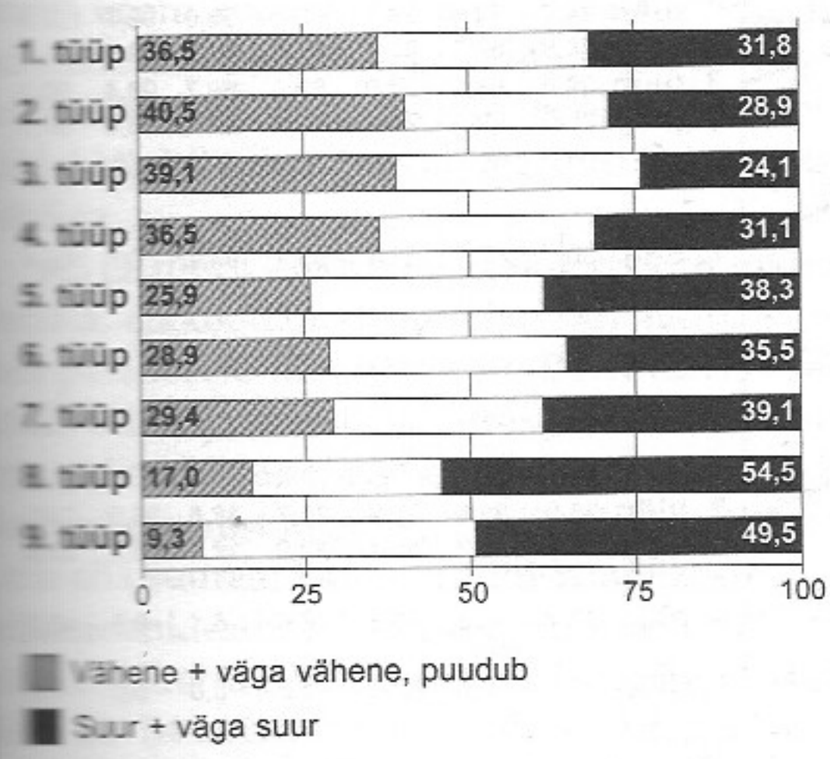
7. Poliitiline tüpoloogia ja toetus Euroopa Liidule

Kõrvutades toetusprotsente Euroopa Liidule poliitilise tüpoloogia tüüpide kaupa (joonis 10.10), tasub meenutada, et tüpoloogia aluseks [illegible] lus toimus dets 2002 – jaan 2003, mil [illegible] jaskonna toetus Euroopa Liidule oli Eesti[illegible] tel languses, moodustades 55% (Voog 2003).

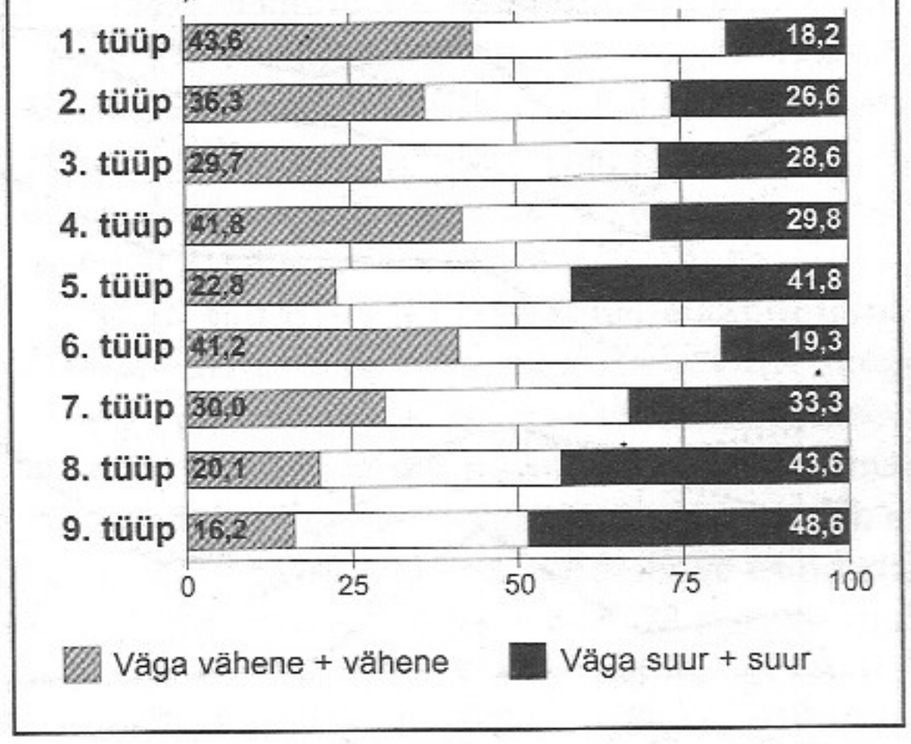
14. septembri referendumi valimisaktiivsus kujunes 64% ning referendumil osalenutest tas 67% Eesti Euroopa Liiduga liitumise poolt, 33% hääletas selle vastu. Seda referendumi tulemust vaadelda riiklike institutsioonide usaldamise kontekstis.

Kõrvutades riiklike institutsioonide [illegible] vuse joonist 10.7 ja Euroopa Liidu [illegible] 10.10 võib tõepoolest märgata [illegible] Need tüübid, kes pigem usaldavad [illegible] tutsioone, toetavad ülekaaluliselt [illegible] Euroopa Liiduga. Poliitiliste [illegible] tes kõige kriitilisemalt häälestunud [illegible] ka liitumist Euroopa Liiduga.

Joonis 10.12. Ajalehtede lugemise aktiivsus poliitilise tüpoloogia tüüpides



Joonis 10.13. Kultuurivara omamine poliitilise tüpoloogia tüüpides



Euroopa Liitu pigem toetavate ning keskmisest madalama valimisaktiivsusega 3., 5., 7., 8. ja 9. tüübi esindajaarne toetus Euroopa Liidule moodustas 46,2% kõigist küsitlusele vastanud Eesti valijaist.

Küsitlusele vastanud Euroopa Liidu toetajate arvustaste protsentide saldot poliitilise tüpoloogia tüüpide kaupa kirjeldab joonis 10.11. Meenutagem, et referendumil kujunes pooldajate ja vastaste vaheks 34%, mis tähendab kõrget valimisaktiivsust silmas pidades märkimisväärset valijate meelemuutust vahemikus jaanuar–september 2003.

8. Poliitiline tüpoloogia ning ajalehed ja kultuurivara

Käesolevas peatükis oleme juba osutanud seostele erinevate poliitilise aktiivsuse ning nende ühiskondliku haaratuse ja harituse vahel. Järgnevalt vaatleme poliitilise tüpoloogia tüüpide kaupa, kuidas mõjutab valijaskonna poliitilist aktiivsust ajalehtede lugemise aktiivsus ja kultuurivara omamine.

Nüüd võrdlesime käesoleva alapunkti jaoks poliitilise tüpoloogia tüüpide meediatarbimist, leidsime, et suurim seos on poliitilise aktiivsuse kasvu ja regulaarse lehelugemise vahel (joonis 10.12). Nimelt tüüpides, kuhu kuuluvad respondendid loetavad vähemalt üht erakonda (6.–9. tüüp), on ülekaalus aktiivne ajalehtede lugemine. Sealhulgas eristuvad kõige aktiivsemad erakondi toetavad 8. ja 9. tüüp omakorda ülejäänud tüüpidest veelgi aktiivsema lehelugemise poolest – nendes tüüpides ulatub *suur* ja *väga suur* lehelugemine 100%-ni.

Poliitilise aktiivsusega on seotud ka kultuurivara leidumine respondendi praeguses kodus (joonis 10.13). Aktiivsed tüübid (5., 8., ja 9.) tõusevad esile kultuurivara keskmisest enama omamise poolest, samas kui madala valimisaktiivsusega tüübid (1., 2., 4. ja 6.) torkavad silma keskmisest vähesema kultuurivara poolest.

9. Poliitiline tüpoloogia ja valimisaktiivsuse dünaamika

Kõige viimase joonisena koostasime käesoleva peatüki tarbeks Eesti kodanike poliitilise tüpoloogia tüüpide valimisaktiivsuse 1990–2002 ENSV Ülemnõukogu, Eesti Kongressi, Riigikogu ja kohalike omavalitsuste valimistel (joonis 10.14). Vaatlesime vaid nende Eesti kodanike andmeid, kes on olnud kõigi nimetatud valimiste toimumise ajal valimisõiguslikud.

Reeglina tüüpide valimisaktiivsuse jooned ei lõiku, st iga tüübi aktiivsus kaldub püsima iseloomulikus "aktiivsuskihis", mis tõuseb või langeb samas taktis teiste tüüpidega.

Joonist 10.14 analüüsides eristame nelja olulisemat valimisaktiivsuse muutust.

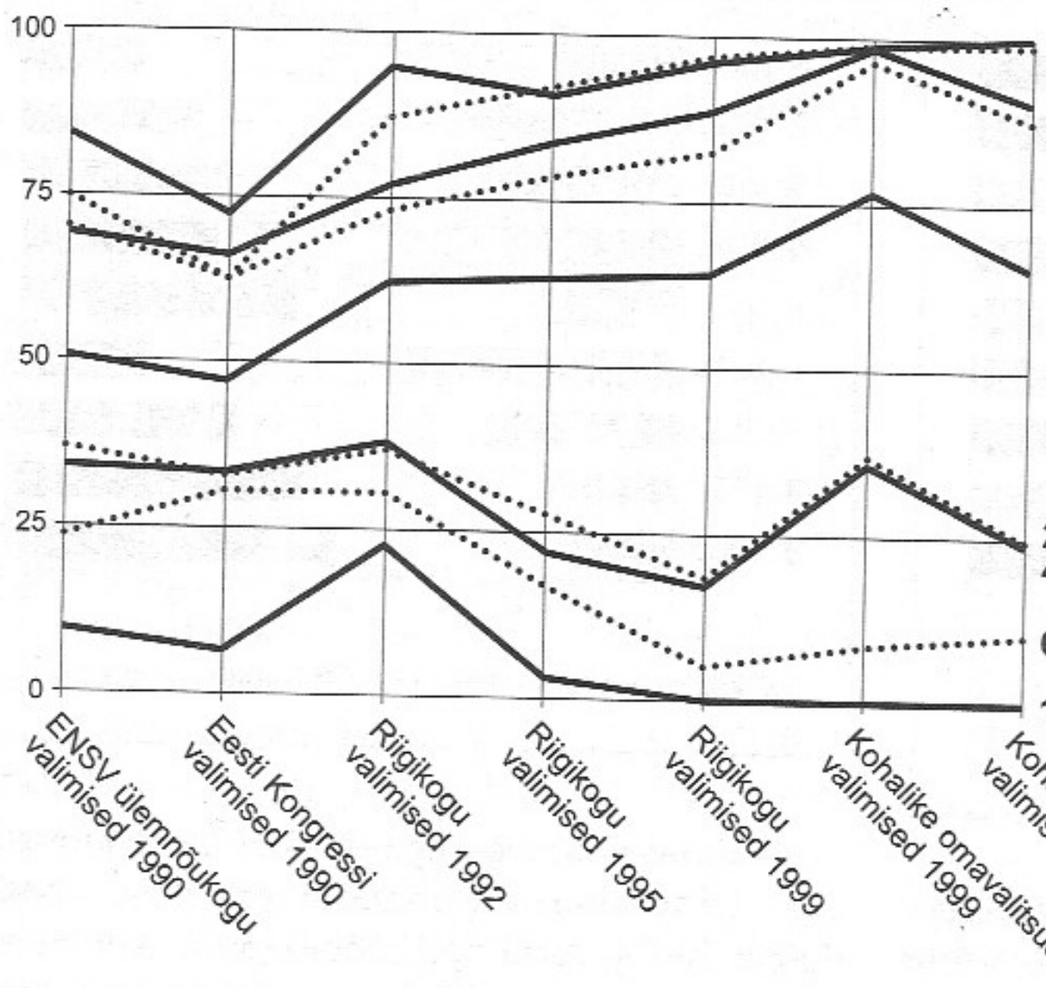
1. Täheldasime üldist valimisaktiivsuse tõusu 1990–1992.

2. Pärast 1992. a Riigikogu ja presidendi valimisi tüüpide valimisaktiivsus polariseerus: aktiivsemate tüüpide valimisaktiivsus jäi stabiilseks või pigem tõusis; passiivsemate tüüpide valimisaktiivsus langes keskmiselt 20% võrra.

3. 1999. a kohalike omavalitsuste valimiste aegu täheldasime taas üleüldist valimisaktiivsuse tõusu peaaegu kõikides tüüpides, mis võib olla seletatav massiivse valimiskampaaniaga ning vaid

Joonis 10.14. Valimisaktiivsus poliitilise tüpoloogia tüüpides (1990–2002)

Valimisaktiivsuse % tüübis;
arvesse on võetud need kodanikud, kes olid kõigi nimetatud valimiste toimumise ajal valimisõiguslikud



9. tüüp	84,2	72,4	94,7	90,7	96,0	98,7	
8. tüüp	74,9	62,6	87,1	92,0	96,8	98,9	
3. tüüp	69,4	66,1	77,0	83,6	88,7	98,4	
5. tüüp	70,2	62,5	73,2	78,6	82,1	96,4	
7. tüüp	50,7	47,0	62,4	63,2	64,2	76,7	
2. tüüp	36,9	32,8	36,9	27,7	18,5	36,3	
4. tüüp	34,1	33,3	38,1	22,0	17,1	35,7	
6. tüüp	23,7	30,5	30,5	16,9	5,1	8,5	
1. tüüp	9,7	6,5	22,6	3,2	0,0	0,0	

seitsmekuulise vahega kahtede valimiste (Riigikogu valimised märtsis ja omavalitsuste valimised oktoobris) vahel tollel aastal.

4. 2002. a kohalike valimiste aegu võib tähelda da valimisaktiivsuse üldist järsku langust võrreldes 1999. a kohalike valimistega.

10. Poliitilise tüpoloogia tüüpide kokkuvõte

Järgnevalt püüame kokkuvõtvalt portreteerida Eesti valijaskonna poliitilise tüpoloogia tüüpe. Järjestame neid lähtuvalt aktiivsusest ja erakondlikust määratletusest järgnevalt: aktiivsemad tüübid A1 (9. tüüp), A2 (8. tüüp), A3 (7. tüüp), A4 (5. tüüp), A5 (3. tüüp) ning passiivsemad tüübid B1 (6. tüüp), B2 (4. tüüp), B3 (2. tüüp), B4 (1. tüüp).

A1 (9. tüüp) – väga aktiivne, erakondlikult määratletud tüüp. Seda kõige aktiivsemat tüüpi eristab tüübist A2 suurem huvi kõikvõimalike ühenduste, sh erakondade vastu (8,6% *vs* 15,8%) ning erakondade liikmeksolek (1,1% *vs* 17,1%). Tüübi käitumine on võrreldav tüübiga A2, ent tal on kõigist teistest rohkem kultuurivara ning 40,2% selle tüübi esindajaist on kõrgharidusega (valimi keskmine 23,5%). Selles tüübis on 26,2% juhte ja tippspetsialiste, palju ametnikke, üliõpilasi, aga ka pensionäre. Siin on kõige kõrgem usaldus Eesti riiklike institutsioonide vastu ning kõige suurem toetus Euroopa Liidule. See aktiivne tüüp elab kas pealinnas või hoopis külas. Selle tüübi esindajad loevad kõige rohkem regulaarselt päevalehti.

A2 (8. tüüp) – aktiivne, erakondlikult määratletud tüüp. Seda ja ka tüüpi A1 iseloomustab [illegible] näoliselt väljakujunenud parteiline eelistus, mis lubab oletada hoolas valimaskäimine. Nii selle tüübis kui tüübis A1 domineerivad kodanikud, kelle sissetulek on pereliikme kohta kas 1500–2500 krooni või hoopis üle 4000 krooni. Erinevalt tüübist A1 on siin sissetuleku polarisatsioon suurem, kuna sellesse tüüpi kuulub rohkem pensionäre ja ent keskmisest enam on esindatud ka palgalised ametnikud. Järelikult on kardinaalselt erinevate erakonnad, keda selle tüübi esindajad valivad.

A3 (7. tüüp) – keskmiselt aktiivne, erakondlikult määratletud tüüp. Selle tüübi esindajad tõenäoliselt pealinnas või suures linnas, enamik seal tööline. Ka tema on keskealine ja keskmisest setulekuga, ent pigem naine. Võib-olla seetõttu käib ta kohusetundlikumalt valimas. Võrreldes tüübiga B3 on tal rohkem ühiskondlikke kontakte ja ta sissetulek on suurem. Selles tüübis [illegible] esmakordselt huvi erakondade tegevuse vastu, mis lisaks tüüpidele A1 ja A2 ilmneb [illegible] määral üksnes viiendas tüübis A4. Siin [illegible] esineb juhuslikku erakondade liikmelisust, keskmisest enam kuuluvad selle tüübi esindajad üksnes puuetega inimeste organisatsioonidesse.

A4 (5. tüüp) – aktiivne, erakondlikult määratlemata, erakondade suhtes kriitiline tüüp. Selle tüübi esindaja sarnaneb valimisaktiivsuselt [illegible] misele tüübile (A5), ent elab maakonnalinnas. Ta on kas keskealine juht, tippspetsialist või [illegible] aastane pensionär. Vastavalt on ta [illegible]

keskmisest suurem või keskmisest väiksem. Eraomadade suhtes on ta kriitiline. Sageli on tal kõrgharidus. Tüübist A5 eristab teda peaaegu kaks korda enam kodust kultuurivara, tal on rohkem kontakte ja ta kuulub keskmisest enam haridus- ja kultuuriorganisatsioonidesse (hoolekogud, spordiühingud). Mõnes mõttes on tegemist Eesti kontraktiga.

A5 (3. tüüp) – aktiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv tüüp. Sarnaselt passiivsete tüüpidega B1–B4 ei huvitu selle tüübi esindaja erakondadest ega kuulu poliitilisse ühendustesse, ent käib siiski valimas, kuna kodanikukohust tuleb täita. Selle üheks põhjuseks võib olla suurem kuuluvus ühiskondlikesse organisatsioonidesse, mis on reeglina huvialaringid, mitteks pere- ja naisteühendused. Erinevalt tüüpidest B1–B4 suhtleb selle tüübi esindaja rohkem inimestega ja on ühiskondlikult aktiivsem, kuid see aktiivsus on nn klubilist laadi. Ta on reeglina pensioniealine või pensionieelik, töötades viimase ajal sageli ametnikuna ja elades abikaasaga Tallinnas. Ta ei usalda Riigikogu, kuid erakondadest mittehuvituvate või nende suhtes kriitiliste hulgas usaldab see tüüp presidenti kõige enam.

B1 (6. tüüp) – passiivne, erakondlikult määratlemata tüüp. See tüüp jääb valimisaktiivsuselt tüüpide B3 ja B4 vahele. Tal on parteiline eelistus, ehkki ta ei rutta valimistele. Kultuurivara omamisest päevalehtede lugemise poolest jäävad nii see tüüp kui ka tüüp A3 alla tüübile A5. Lisaks on tal vähem ühiskondlikke kontakte. Ta on keskealine, keskharidusega ja tõenäoliselt mees, kes töötab ametnikuna või töölisena ning vastavalt on ta palk ulatub kuni 1500 krooni pereliikme kohta või hoopis vähemikus 4001–6000. Ta elab pealinnas või linnas külas.

B2 (4. tüüp) – passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondade suhtes kriitiline tüüp. Selle tüübi esindaja sissetulek on kõige madalam, ta elukoht on maa või töötu või füüsilisest isikust ettevõtja ja võib elada Narvas või Kohtla-Järvel. Ta suhtub suure umbusuga kõigisse Eesti riigi ettevõtmistesse, kuna on riigis täiesti pettunud. Selle vastu keskeas kodaniku, tõenäoliselt naise meelest pole ükski Eesti erakond väärt, et seda valida. Tema arvud tema teha, poleks Eesti Euroopa Liiduga liitunud. Usuühing on ainus ühiskondlik organisatsioon, kuhu ta keskmisest sagedamini kuulub.

B3 (2. tüüp) – passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv tüüp. Selle tüübi esindaja võiks olla 30–44-aastane tööline või teenindaja, aga võib olla ka spetsialist, kes on tõenäoliselt mees. Tema sissetulek ühe pereliikme kohta võib olla Eesti madalaim, aga võib jääda ka vahemikku 2501–4000 krooni. Sarnaselt kõige passiivsema tüübiga B4 on ta valimisaktiivsus madal, reeglina ta ei kuulu ühendustesse ja organisatsioonidesse, ent erinevalt tüübist B4 võib ta kuuluda keskmisest sagedamini spordiorganisatsioonidesse ja Kaitseliitu. Keskmisest sagedamini võib ta elada alevikus. Nii seda tüüpi kui tüüpi B4 iseloomustab vähene kultuurivara omamine.

B4 (1. tüüp) – väga passiivne, erakondlikult määratlemata, erakondadest mittehuvituv tüüp. Naljaga pooleks nendime, et selle tüübi esindajad ei anna mingil moel elumärki. Nad ei käi valimas ning poliitika neid ei huvita, lisaks ei leia nad, et Eestis võiks mõni erakond nende huve esindada. Selle tüübi esindaja võiks olla 20–29-aastane suures linnas elav keskharidusega elanik, kes on lihttööline, autojuht või üliõpilane ja kes elab üksi või neljaliikmelises leibkonnas. Selle tüübi vanemate esindajate valimiskäitumine on hääbunud eelmise kümnendi keskel ning on väheusutav, et nad ka europarlamenti valimas käisid. Nii see kui eelnenud erakondadest mittehuvituvad tüübid B3 ja B2 on keskmisest pessimistlikuma ellusuhtumisega ega kuulu ühtegi ühendusse ega seltsi.

Kokkuvõte

Mitmeid järeldusi oleme käesoleva peatüki eelnevates osades juba maininud ning siin piirdume üksnes üldiste tähelepanekutega.

Oleme maininud poliitilise aktiivsuse eraldusjoont, mis jookseb 30–44-aastaste ja 45–54-aastaste vanuserühma vahel: nooremad on pigem passiivsemad ja vanemad on pigem aktiivsemad. Niisugust eraldusjoont võib pidada ka põlvkondadevaheliseks eraldusjooneks: "laulva revolutsiooni" noored on jõudmas tegusasse keskikka, 30–44-aastaste vanuserühma. Paraku on nad minetanud poliitilise aktiivsuse (või pole seda omandanud), mis on seega jäänud vanemat põlvkonda iseloomustavaks jooneks.

Loodame, et poliitiliselt aktiivsete kodanike hulka kasvab lisa 18–19-aastaste vanuserühmast, kus oleme leidnud poliitiliselt aktiivseid respondente. Samas on see vanuserühm selgete tendentside märkamiseks liialt väike. Pealegi on see vanuserühm polariseerunud väga aktiivsete ja väga passiivsete respondentide vahel, kusjuures viimaseid on enamus.

Teise olulise järeldusena leidsime, et poliitiline aktiivsus on seotud respondendi ühiskondliku võrgustikuga, tema kuulumisega ühiskondlikesse organisatsioonidesse, samuti tema haridusega ning kultuurivara omamisega ja päevalehtede

lugemisega – ühesõnaga, respondendi sotsiaalse ja kultuurilise kapitaliga. Majanduslik kapital näib mängivat oodatust märksa väiksemat rolli. Ehkki majanduslik kindlustatus on poliitilist aktiivsust soodustav tegur, ei pruugi pelk kõrge sissetulek tagada ühiskondlikku ja poliitilist aktiivsust.

Sellest järeldame, et poliitiline kapital on majanduslikust kapitalist suhteliselt autonoomne. Üheks põhjuseks on kindlasti vanemate respondentide (sh pensionäride) keskmisest kõrgem poliitiline aktiivsus, kelle vanus on tihti pöördvõrdeline materiaalse jõukusega.

Poliitilise tüpoloogia tüüpide valimisaktiivsuse kokkuvõtteks nendime kolme tendentsi.

1. Eesti kodaniku poliitilist aktiivsust ei taga pelk ühe või teise erakonna toetamine, vaja on ka tema üldist ühiskonda haaratust.

2. Ühiskondlik aktiivsus aitab inimest mobiliseerida ka poliitiliselt, isegi siis, kui ta on erakondade suhtes kriitiline.

3. Valimiste iseloom ja nende üldine taust mõjutavad tüüpide valimiskäitumist sarnasel moel, ent tüübile iseloomulik käitumine (pigem madal või pigem kõrge valimisaktiivsus) jääb siiski valdavaks. Kui respondent on ühel hetkel jäänud teatud "aktiivsuskihti", siis ta sellest tõenäoliselt enam ei välju (tüüpide valimisaktiivsuse jooned reeglina ei ristu joonisel 10.14). Näib, et omaksvõetud käitumismallid kinnistuvad ajapikku (vt valimisaktiivsuse "lahknemine" 1992–1999 joonisel 10.14) ning neid pole võimalik muuta kulukate valimiskampaaniate abil ei Eestis ega mujal Euroopas, ehkki valimiskampaaniad võivad omada lühiajalist efekti (valimisaktiivsuse tõus massiivse reklaami mõjul 1999. a).

Nimetatud suunale viitavad ka Euroopa Parlamendi valimistulemused Eestis 13. juunil 2004.

Kasutatud kirjandus

Arter, D. (1996). *Parties and Democracy in the Post-Soviet Republics: The Case of Estonia*. Aldershot: Dartmouth Publishing Company Ltd.

Birch, A. H. (1993). *The Concepts and Theories of Modern Democracy*. London: Routledge.

Dahl, R. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven: Yale University Press.

Dahl, R. (1989). *Democracy and Its Critics*. Yale: Yale University Press.

Eesti Vabariigi Statistikaameti koduleheküljed http://www.stat.ee, vaadatud juunis 2004.

Huntington, S. P. (1993). *The Third Wave*. Oklahoma: The University of Oklahoma Press.

Klingemann, H.-D., Fuchs, D. (eds) (1995). *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press.

Morrow, J. (1998). *History of Political Thought*. London: Macmillan Press Ltd.

Rosimannus, R. (1995). Political Parties: Identity and Identification. *Nationalities Papers*, 23 (1), 29–42.

Voog, A. (2003). Ettekanne *Danish School of Journalismi* seminaril Eesti Vabariigi välisministeeriumis, september.

11

EUROOPA LIIDU IMAGO EESTIS ENNE JA PÄRAST EUROREFERENDUMIT

Aune Past, Peeter Vihalemm

1. Imago defineerimine

Imago formeerumise protsess on ülimalt komplitseeritud ja mõjutatud intersubjektiivsetest teguritest, mis on empiiriliste uurimismeetoditega halvasti hõlmatavad. Imago uurimisvaldkonda iseloomustab ambivalentsete definitsioonide ja tõlgenduste rohkus. Karvonen (1997) määratleb imago kui subjektiivset kognitiivset teadmust (*knowledge*).

Imagoteoreetiliste arutluste kõige sagedasem diskursus on *image-makerite* tegevusprotsesside vastandamine avalikkuse erinevate gruppide kognitiivsetele protsessidele. James E. Grunig (1993) nimetab *image-maker*ite loodut artistlikuks ehk instrumentaalseks imagoks. Kui kognitiivses traditsioonis kõneldakse imago tekkeprotsessist, imago formeerumisest, siis turunduskontekstis lähtutakse eeldusest, et on võimalik imagot luua (*image making, image building, image projection*). Müügiprotsessis ei tee autorid enamasti vahet turunduslikul ja kognitiivse imago vahel ja nii võib jääda muljele nagu, oleks võimalik luua imago kellelegi vastuvõtlikkusest.

Kognitiivne imagokäsitlus keskendub sõnumi vastuvõtjale ja lähtub Aristotelesest: imago on inimeste meeltes kujunev tõlgendus tegelikkusest. Imago on mõtlemise komponent (Beach 1990), imago on see, mis toimub meeltes (Gleitman 1987; Anderson 1983, 1985).

Imago kognitiivteoreetilised käsitlused said alguse Kenneth E. Bouldingist (Boulding 1956), kes väidab, et igal inimesel on teadmus maailmast, mida ta usub olevat tõde, nii on imago persooni subjektiivne teadmus maailmast (*person's stock of subjective knowledge*). See subjektiivne teadmus, imago, määrabki ära inimese käitumise. Horowitz (1991) nimetab imagoid mentaalseteks tegelikkuse representatsioonideks. Imagod formeeruvad kognitiivse protsessi käigus. Imago kui sotsiaalne produkt liitub persooni olemasolevate kognitiivsete struktuuridega. Nimmo ja Savage (1976) rõhutavad, et imago on tegelikkuse atribuutide mentaalne konstruktsioon. Charles Fombrun toob välja, et organisatsioonil on palju imagoid (Fombrun 1996; Fombrun & van Riel 2003).

Tuginedes kognitiivsele imagokäsitlusele võib väita, et:

1. Imago on persooni meeltes olev kujutluspilt.
2. Imago on tegelikkust tähistav teadmuse struktuur.
3. Imago sünnib kommunikatsiooni tulemusena.
4. Teadmuse struktuuri õigsust kontrollitakse praktikates.

Inimesed mõtlevad ja suhtlevad teineteisega sümbolite abil, mille tähendusi igapäevases inimestevahelises läbikäimises pidevalt kujundatakse. Avalik imago ei ole mitte organisatsiooni kujutis sotsiaalses peeglis, vaid sotsiaalne produkt, mis on ainult kaudselt suhtestatud sellega, mida ta peaks peegeldama (L. Grunig 1993).

Imago on tähenduse ja teadmuse kognitiivne väli, kus kohtuvad kaks erinevat tegelikkuse märgistamise subjekti (sümbolilise või käitumusliku sõnumi saatja ja saaja), see väli asub sotsiaalses keskkonnas, mis omakorda mõjutab väljal toimuvat (Past 2004).

Küsimused, millele antud uuringu andmetele tuginedes vastust otsitakse, on:

- Mis mõjutab Euroopa Liidu imago formeerumist?
- Millised Euroopa Liidu imago aspektid pääsesid inimeste meeltes olulisteks ning mõjutasid hääletamist euroreferendumil (14. septembril 2003)?

2. Imago analüüsi meetod: semantiline diferentsiaal

Uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* kasutati imago mõõtmiseks semantilise diferentsiaali meetodit. Selle väljatöötaja Charles Osgood (Osgood, Suci & Tannenbaum 1957) kinnitab, et semantiline diferentsiaal mõõdab märgi pragmaatilist tähendust.

Pragmaatilist tähendust on käsitletud kui inimese sisereaktsiooni märgile. Sellisteks sisereaktsioonideks on enamik assotsiatsioone, mis on märgi poolt esile kutsutud inimese teadvuses. Assotsiatsioonid, mis ühtede märkide poolt erinevates inimestes esile kutsutud, on erinevad konteksti ja inimese kogemuse võrra. Iga inimese puhul võib märgi pragmaatiline, eriti konnotatiivne tähendus suuresti muutuda, sest temas on inimese suhtumine antud mõistesse selle poolt tekitatud assotsiatsiooni kaudu. On vaja leida mõõt kõikvõimalike mõistete konnotatiivse tähenduse jaoks.

Metoodika autorid arvavad, et tähendus muutub kindlaksmääratud, kõigile mõistetele ühese psühholoogilise järjepidevusega. On olemas psühholoogilised kontiinumid, millega me seostame kõige erinevamaid mõisteid. Autorid arvavad, et selliseid kontiinume on lõplik hulk. Psühholoogilist kontiinumi, millega inimene hindab mõistete tähendust, võib endale ette kujutada skaalana, mille äärmised punktid on kindlaks määratud kahe tähenduselt vastupidise omadussõnaga. Sellist skaalat on hea jagada võrdseteks intervallideks. Skaala keskpunkt on indiferentsuse punkt. Mida tugevam on assotsiatiivne side hinnatava mõiste ja temale vastava omadussõnaga, seda lähemale paigutab indiviid mõiste ühele skaala otsale. Mõiste asukoht skaalal näitab mõiste tähenduse intensiivsust antud tunnuse järgi.

Semantilise diferentsiaali skaalad jaotab Charles Osgood faktoritesse järgmiselt: hinnang, aktiivsus (dünaamilisus), jõud (potentsiaal).

Antud uurimuses on kasutatud semantilise diferentsiaali skaalasid, mis on välja töötatud Aune Pasti poolt 1991–1995 läbiviidud pilootuuringute põhjal. Skaalade leidmiseks paluti pilootgruppidel (kokku 1500 inimest) vabalt kirjeldada linna, panka ja ülikooli (vt Past 1999). Tulemuste analüüsi põhjal saadi põhiuuringu skaalad, mida kasutati ka Euroopa Liidu imago analüüsil 2001 (Past 2001).

Antud uuringus on kasutatud 16 polaarset skaalat, mis on jaotatud 7 võrdseks intervalliks. Neutraalne punkt on 4. Näiteks skaala *oma–võõras* väärtus 1 tähendab, et *oma* kirjeldab vastaja jaoks antud objekti väga hästi. Väärtus 4 näitab, et hindamisobjekti ei iseloomusta ei *oma* ega *võõras*, ja väärtus 7 tähendab, et objekti kirjeldab omadussõna *võõras* väga hästi.

Nendesama 16 skaala abil paluti vastajatel iseloomustada ka oma tundeid Eesti riigi suhtes ning needsamad skaalad olid kasutusel ka Faktumi korraldatud esinduslikus küsitluses euroreferendumi järel, novembris 2003.

Alustame ülevaadet Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagote võrdlemisega.

3. Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagod

3.1. Euroopa Liidu imago Eestis

Pisut vähem kui aasta enne referendumit, kus iga inimene peaks tegema otsuse, kas Eesti liitub Euroopa Liiduga või mitte, ei olnud superorganisatsiooni kuvand Eestis paljude jaoks veel kuigi selgelt väljakujunenud ega ka mitmedimensioonline. Olulisemad imagodimensioonid olid seotud organisatsiooni arengu ja jõuga. Euroopa Liitu tajuti Eestis 2002–2003 aastavahetusel kui arenevat (erinevus skaala neutraalsest keskpunktist 1,05 palli või skaalapunkti), kasvavat (0,90), tõusvat (0,85), kiiret (0,75), avatut (0,67), jõulist (0,62), mitmekesist (0,58), turvalist (0,55) ja puhast (0,51). Valimi keskmisena olid dimensioonid *oma–võõras* ja *soe–külm* suhteliselt lähedased neutraalsele keskpunktile (erinevus vastavalt 0,31 ja 0,06 palli mõlemal ja *sooja* suunas) (tabel 11.1).

Suurima hajuvusega olid vastused skaalal *oma–võõras* (1,50) ja *üleolev–võrdne* (1,46). Ilmselt on need omadused imagote formeerumisel olulise vastajaid eristava mõjuga.

Osgood on pidanud oluliseks hinnangulise mise erinevust 0,5 palli skaala neutraalsest keskpunktist (Osgood, Suci & Tannenbaum 1975, lk 277). Ülaltoodud 16 skaala hulgas näeme seitse skaala puhul. Poolteist aastat varem, juunis 2001, võis seda täheldada 7 skaala puhul (Past 2001), mis näitab Euroopa Liidu imago aeglast selginemist tendentsi selle kindlamale väljakujunemisele. Sarnaseid olid EL imagod suvel 2001 ja aastavahetusel 2002–2003 üsna sarnased, ühelgi skaalal ei olnud toimunud muutust üle 0,5 palli. Euroopa Liit on Eesti elanike silmis muutunud vaid veidi tõsisemaks, ühtsemaks ja turvalisemaks (hinnangulised mõiste erinevused 0,21–0,27 palli; vrd Past 2001, lk 277).

3.2. Eesti Vabariigi imago

Võrdluses Euroopa Liiduga oli Eesti Vabariigi imago selgelt välja kujunenud ennekõike emotsionaalse hinnangu ja arengu dimensioonis. Tabel 11.2 näitab, et 12 skaalal 16-st, 3 skaala võrra rohkem kui EL puhul, oli keskmine hinnang väheneb

Tabel 11.2. Eesti Vabariigi imago

Pingerida hinnangukeskmise erinevuse alusel skaala neutraalsest keskpunktist (4)

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
Oma	2,50	1,50	1,41
Arenev	2,65	1,35	1,30
Tõusev	2,96	1,04	1,23
Avatud	3,10	0,90	1,38
Soe	3,38	0,62	1,43
Peletav	4,62	0,62	1,25
Kahanev	4,61	0,61	1,31
Kiire	3,43	0,57	1,66
Värviline	3,43	0,57	1,37
Puhas	3,43	0,57	1,38
Sõbralik	4,53	0,53	1,47
Mitmekesine	4,51	0,51	1,36
Killustatud	3,68	0,32	1,59
Turvaline	3,74	0,26	1,49
Jõuetu	3,93	0,07	1,39
Üleolev	3,96	0,04	1,40

Paksu kirjaga on esile tõstetud vähemalt 0,5 skaalapunktiline erinevus skaala keskpunktist.

palju tugevamalt omana (keskmiste vahe 1,81 palli).

Lisaks sellele tajutakse Eestit Euroopa Liiduga võrreldes rohkem killustatuna (keskmiste vahe 0,70 palli), vähem jõulisena (0,69) ja soojemana (0,56). Kõigi teiste skaalade puhul jäi keskmiste erinevus väiksemaks kui 0,5 palli.

Küsimus kerkib, kas kahe tunnetusobjekti imagod kujunevad sõltumatult või on imagote formeerumisprotsessis mingi ühine seaduspära, vastastikune seos? Võiks oletada, et Eesti Vabariigi imago kujuneb eeskätt isikliku kogemuse põhjal ja Euroopa Liidu imago on mõjutatud meediast ja eurokampaaniatest.

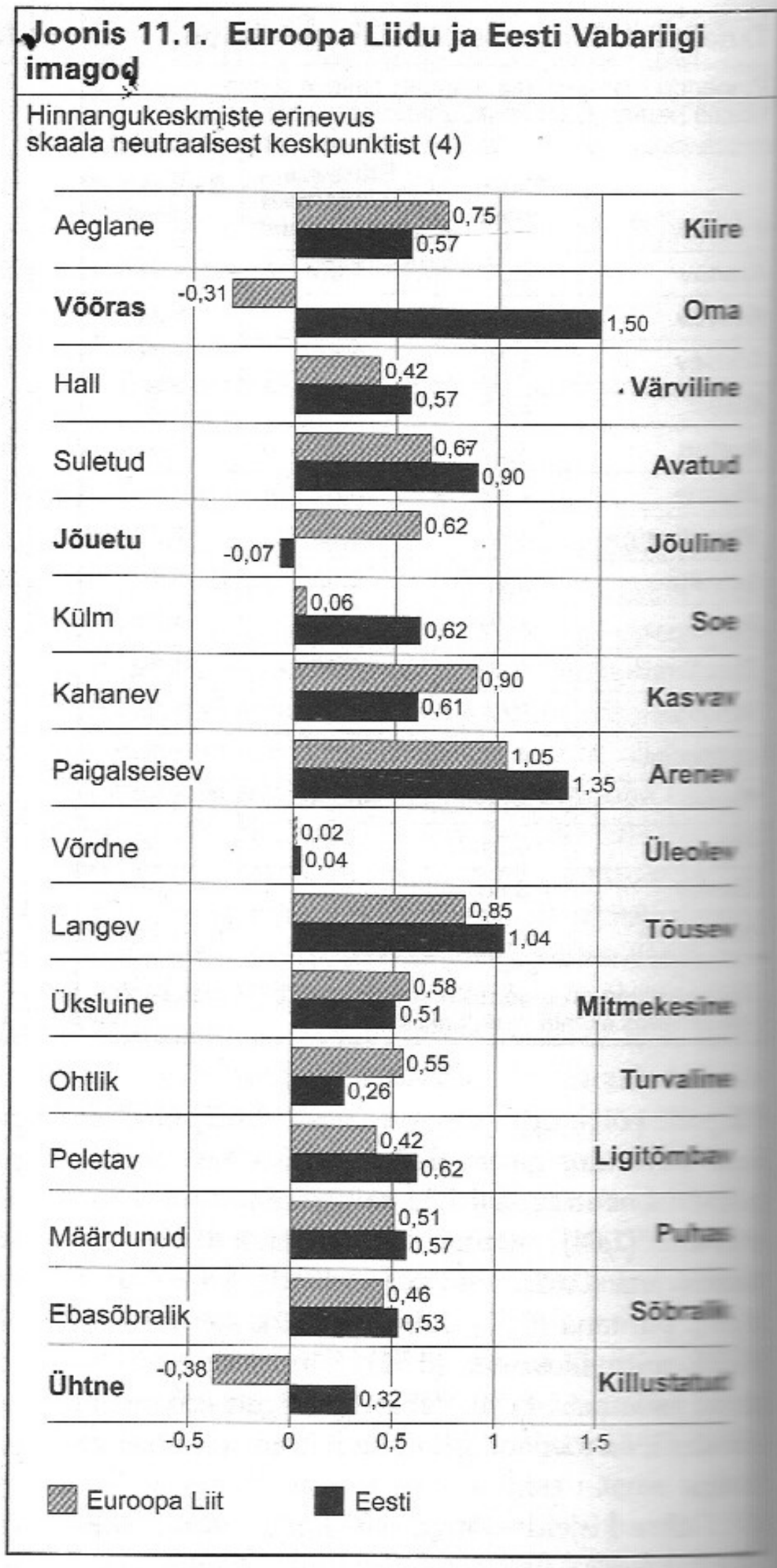
Korrelatsioonanalüüs näitab, et kõik imago dimensioonid, välja arvatud oma–võõras on omavahel nõrgas, kuid statistiliselt olulises korrelatsioonis. Võib arvata, et teatavad mõjutegurid ja kognitiivsed skeemid on kogu ühiskonnas tervikuna levinud küllalt ühtlaselt, kujundanud suhteliselt sarnaseid kujutluspilte nii Eestist kui Euroopa Liidust. Ühes või teises rahvarühmas levinud üldine positiivne või negatiivne häälestus ühiskonnas toimuva suhtes mõjutab nende mõlema imagot.

Kui küsitletute seas tervikuna ei olnud Eesti ja Euroopa Liidu imagotes palju erinevusi, siis kas võis neid märgata erinevate sotsiaal-demograafiliste rühmade puhul?

Eesti Vabariigi ja Euroopa Liidu imagote erinevus

Tabelist 11.1 näeme, et erinevusi Eesti ja Euroopa Liidu kirjeldamisel kasutatud omadussõnades on valdavalt, imagote profiilid on suhteliselt sarnased. Suurim erinevus on ootuspäraselt Eesti tajumine

Joonis 11.1. Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagod



4. Imagote analüüs sotsiaal-demograafiliste tunnuste alusel

4.1. Euroopa Liidu imagoklastrid

Et hõlbustada analüüsi, viisime läbi küsitletute rühmitamise, klasteranalüüsi K-keskmiste meetodil, kusjuures võeti arvesse ainult nende küsitletute vastused, kes olid andnud vastuse kõigil semantilise diferentsiaali skaaladel, ligikaudu veerand vastajatest jäi sellest analüüsist välja. Kujutluspiltide sarnasuse põhjal Euroopa Liidust eristus küsitletute hulgas 3 erinevat vastajagruppi ja kujutluspiltide sarnasuse põhjal Eesti Vabariigist 4 vastajagruppi.

Tabel 11.3 annab ülevaate sellest, kuidas kolmandiku jaoks küsitletutest (I klaster) oli EL aktiivne, positiivne ja jõuline. EL imago oli selles grupis väga selgepiiriline, hinnangukeskmised erinesid skaala neutraalsest keskpunktist kuni 16 skaala puhul. Iseloomulike joonte piirjoonel olid esiplaanil järgmised omadused: *areneb, lasteaktiivne, avatud, tõusev, jõuline, turvaline, mitmekesine, ligitõmbav, sõbralik*. Paljudimensiooniline ja positiivne EL imago oli iseloomulik rohkem meestele kui naistele (antud vastajategrupis 55% mehi ja 45% naisi), veidi rohkem noortele (antud grupis 48% noori, teiste klastrite puhul noori alla 30%) – vt tabel 11.5.

Euroopa Liidu kujutluspildi poolest eristus vastajate hulgas väga suur grupp inimesi (II klaster, 54% küsitletutest, tabel 11.3), kelle EL-imago võib iseloomustada kui väljakujunemata ja hägusat. Olulist erinevust neutraalsest keskmisest

Tabel 11.3. Klasteranalüüs Euroopa Liitu iseloomustavate joonte sarnasuse põhjal

Keskmised hinnangud 7-pallisel skaalal

	Koguvalim	Domineerivad omadused klastrites		
		I klaster: arenev, avatud, jõuline, turvaline, ligitõmbav, sõbralik	**II klaster:** arenev	**III klaster:** võõras, külm, üleolev, peletav, ohtlik, ebasõbralik
Klastri osakaal (%)	100	32	54	14
Kiire – Aeglane	+ 3,25	++ 2,79	3,55	+ 3,18
Oma – Võõras	4,31	3,67	4,22	– – 6,27
Tähtsusetu – Hall	3,58	++ 2,82	3,69	– 4,86
Avatud – Suletud	+ 3,33	++ 2,23	3,61	– 4,87
Jõuline – Jõuetu	+ 3,38	++ 2,37	3,93	+ 3,45
Sõbralik – Külm	3,94	+ 3,11	3,99	– – 5,70
Kasvav – Kahanev	+ 3,10	++ 2,08	3,64	+ 3,26
Arenev – Paigalseisev	++ 2,95	++ 1,92	+ 3,44	3,68
Võrdne – Üleolev	4,20	+ 3,46	4,31	– – 5,58
Tõusev – Langev	+ 3,15	++ 2,24	3,56	3,75
Mitmekesine – Üksluine	+ 3,42	++ 2,46	3,82	4,25
Turvaline – Ohtlik	+ 3,45	++ 2,43	3,67	– 4,95
Ligitõmbav – Peletav	3,58	++ 2,47	3,81	– – 5,07
Puhas – Määrdunud	+ 3,49	++ 2,68	3,75	4,41
Sõbralik – Ebasõbralik	3,54	++ 2,50	3,83	– 4,86
Ühtne – Killustatud	3,62	++ 2,60	4,01	4,51

+ / – Erinevus skaala keskpunktist 0,5–1,0 (+ erinevus 1. skaalapooluse suunas; – erinevus 2. skaalapooluse suunas).
++ / – – Erinevus skaala keskpunktist > 1,0.

esines vaid ühe skaala puhul – Euroopa Liitu iseloomustati selles vastajagrupis omadussõnaga *arenev* (erinevus neutraalsest keskpunktist 0,56 palli). EL selline imago oli üsna ühtlaselt, keskmisele lähedaselt levinud kõigis rahvarühmades.

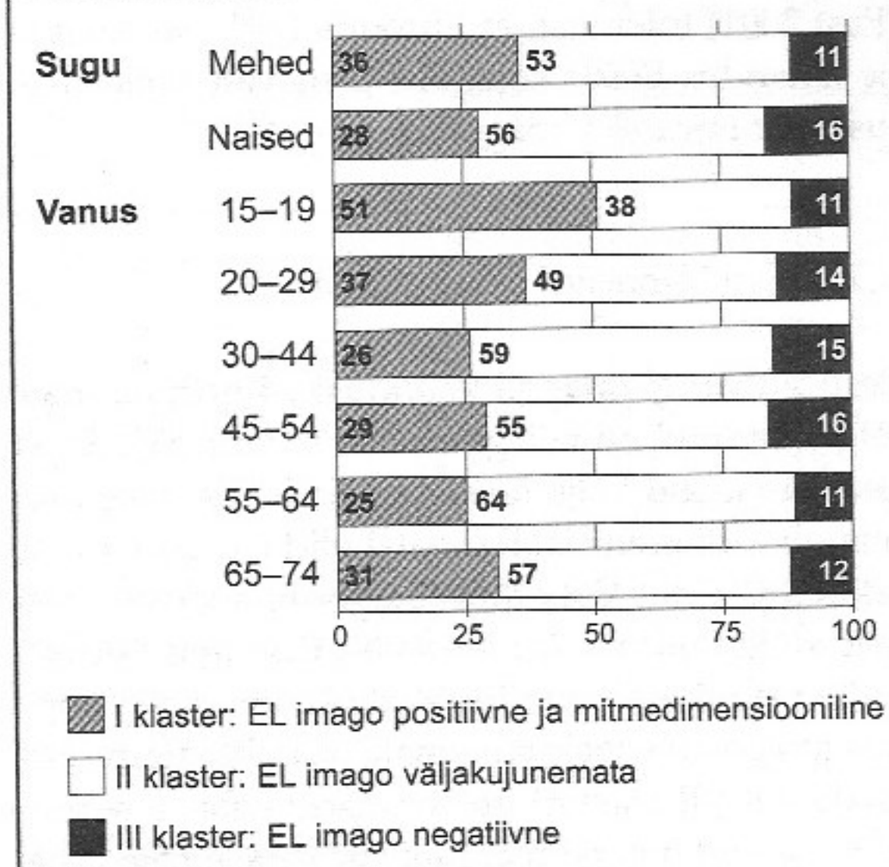
14% jaoks küsitletutest oli EL tugevasti emotsionaalselt negatiivne: *võõras, külm, üleolev, peletav, ohtlik, ebasõbralik* (III klaster, tabel 11.3). Selline EL imago oli veidi rohkem levinud naiste ning alg- või põhiharidusega vastajate seas.

Näeme, et Euroopa Liitu tajuti eeskätt aktiivsena, nii 1. kui 2. vastajagrupp, kokku 86% küsitletutest iseloomustasid teda kui arenevat, kasvavat, tõusvat, avatut ja kiiret. Seejuures oli EL kolmandiku jaoks küsitletutest tugevasti positiivne ja rohkem kui poole küsitletute jaoks emotsionaalselt pigem ebamäärane või vastuoluline. Ligikaudu iga seitsmenda vastaja jaoks oli Euroopa Liit tugevasti ja üksnes negatiivne.

Vägagi tähelepanuväärne on EL imago vähene seotus sotsiaal-demograafiliste tunnustega, domineerivate omadusteklastrite levik erinevates rahvarühmades oli suhteliselt sarnane. Siiski võib esile tuua positiivse mitmedimensioonilise imago mõnevõrra suuremat levikut meeste ja noorte hulgas – joonis 11.2. Naiste negatiivsem pilt Euroopa

Joonis 11.2. Euroopa Liidu imagoklastrite osakaal soo- ja vanuserühmades

Vastajate %, kellel domineerib antud omadusteklaster



Liidust tuli esile ka 2001. a küsitlustulemustes (vt Past 2001).

Märkimist väärib EL imagote väga ühtlane levik eesti- ja venekeelsete vastajate hulgas (vt tabel

Tabel 11.4. Klasteranalüüs Eesti Vabariiki iseloomustavate joonte sarnasuse põhjal

Keskmised hinnangud 7-pallisel skaalal

	Koguvalim	Domineerivad omadused klastrites			
		I grupp: oma, arenev, tõusev, sõbralik, avatud, soe, kasvav, ligitõmbav, mitmekesine	**II grupp:** oma, arenev, kiire, avatud, tõusev, killustatud, üleolev, jõuetu	**III grupp:** oma, arenev	**IV grupp:** killustatud, külm, üleolev, jõuetu, ebasõbralik, hall, suletud, üksluine, ohtlik, peletav
Klastri osakaal (%)	100	31	23	36	10
Kiire – Aeglane	+ 3,43	++ 2,76	++ 2,44	4,32	– 4,58
Oma – Võõras	++ 2,50	++ 1,68	++ 1,84	++ 3,15	4,13
Värviline – Hall	+ 3,43	++ 2,62	++ 2,97	3,91	– – 5,12
Avatud – Suletud	+ 3,10	++ 2,28	++ 2,49	3,67	– 4,99
Jõuline – Jõuetu	4,07	+ 3,03	– 4,67	4,13	– – 5,45
Soe – Külm	+ 3,38	++ 2,34	+ 3,11	3,81	– – 5,47
Kasvav – Kahanev	+ 3,49	++ 2,43	3,75	3,70	3,73
Arenev – Paigalseisev	++ 2,65	++ 1,81	++ 2,19	+ 3,40	3,66
Võrdne – Üleolev	4,04	+ 3,08	– 4,71	4,00	– – 5,46
Tõusev – Langev	++ 2,96	++ 2,11	++ 2,65	3,59	4,07
Mitmekesine – Üksluine	– 3,49	++ 2,47	3,84	3,77	– 4,81
Turvaline – Ohtlik	3,74	++ 2,96	3,87	4,01	– 4,75
Ligitõmbav – Peletav	+ 3,38	++ 2,44	3,68	3,66	– 4,64
Puhas – Määrdunud	+ 3,43	++ 2,57	3,61	3,73	– 4,56
Sõbralik – Ebasõbralik	+ 3,47	++ 2,18	4,26	3,56	– – 5,25
Ühtne – Killustatud	4,32	+ 3,17	– – 5,19	4,19	– – 5,97

+ / – Erinevus skaala keskpunktist 0,5–1,0 skaalapunkti (+ erinevus 1. skaalapooluse suunas; – erinevus 2. skaalapooluse suunas).
++ / – – Erinevus skaala keskpunktist > 1,0.

11.5). See tulemus kinnitab varasemate uuringute (Past 2001) tulemust, et Euroopa Liidu subjektiivne tähendus Eestis ei jagune olenevalt keelekasutusest erinevateks imagoteks.

4.2. Eesti Vabariigi imagoklastrid

Eesti Vabariigi imagod koondusid 4 gruppi, mille tõlgendamisel on jällegi oluline silmas pidada, et analüüsist jäid välja need vastajad, kes mõnel semantilise diferentsiaali skaalal olid jätnud vastuse andmata. Eesti Vabariigi imago oli enamasti selgelt välja kujunenud, erinevalt Euroopa Liidust, mille puhul iga teine Eesti elanik kuulus gruppi, kus imago oli väljakujunemata. Ka ühte Eesti imagoklastrit (III klaster) iseloomustas vähene selgus, kuid see oli omane märgatavalt väiksemale osale küsitletutest, 36%-le (tabel 11.4).

Kaht esimest klastrit iseloomustas positiivne Eesti-pilt, mõlemale oli omane ettekujutus Eestist kui dünaamilisest, kiiresti arenevast, erinev oli aga Eesti iseloomustamine tugevuse dimensioonist lähtudes – I klastris nähti Eestit jõulise ja ühtsena, II klastris jõuetu ja killustatuna. Seejuures domineeris I klaster 31% ja II klaster 23% puhul vastajatest. Nii I kui II klaster olid omased rohkem eesti vastajatele, II klaster rohkem noortele (vt tabel 11.5).

Selgelt väljakujunemata III klastri puhul (36% vastajatest) iseloomustati Eestit kui oma ja arenevat, kõigi teiste skaalade puhul jäi hinnangukeskmine skaala neutraalse keskpunkti lähedale.

10%-le küsitletutest oli omane IV klaster, mille iseloomustas selgelt negatiivne suhe Eestiga. Eesti nähti ebameeldiva ja nõrgana. Hinnangukeskmiste pingereas domineerisid *killustatud, külm, üleolev, jõuetu, ebasõbralik, hall, suletud*. Selline kujutlus Eestist oli omane eeskätt osale vene vastajatest (tabel 11.5).

5. Euroopa Liidu imago eesti- ja venekeelsete vastajate seas

Euroopa Liidu imagot kujundavate tegurite täpsemaks analüüsiks vaadeldi eesti- ja venekeelseid vastajaid eraldi, erinevalt eeltoodust [illegible]

Tabel 11.5. Imagoklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist

	Kogu-valim	Euroopa Liidu imago (klastrid)			Eesti Vabariigi imago (klastrid)			
		I	II	III	I	II	III	IV
Sugu								
Mehed	49	55	47	41	50	50	44	47
Naised	51	45	53	59	50	50	56	53
Vanus								
15–19	11	17	7	9	9	17	11	9
20–29	19	23	17	20	14	27	19	22
30–44	28	23	30	30	27	34	24	31
45–54	18	16	18	21	20	13	19	18
55–64	13	10	16	10	17	4	16	12
65–74	11	11	11	10	11	6	12	9
Haridus								
Alla kesk	21	24	21	13	23	13	28	14
Kesk, kesk-eri	55	52	56	62	50	60	55	61
Kõrg	24	24	23	25	27	27	17	25
Keel								
Eesti	68	69	68	68	78	81	57	36
Vene	32	31	32	32	22	19	43	64
Asulatüüp								
Pealinn	33	32	32	36	31	35	30	34
Suurem linn	18	19	18	15	19	17	18	23
Väikelinn	20	23	19	21	21	16	20	26
Maa	29	26	31	28	29	32	32	17
Kuusissetulek pereliikme kohta								
Kuni 1500	32	27	34	38	24	28	38	42
1501–2500	28	27	29	30	29	28	29	26
2501–4000	21	24	21	15	35	21	21	21
4001–6000	12	16	10	9	15	16	7	8
Üle 6000	6	6	6	7	7	7	5	4
Enesehinnanguline kihtikuuluvus								
Madalkiht	10	7	11	14	5	9	14	14
Madalam keskkiht	19	16	20	21	17	21	19	10
Keskkiht	32	32	33	31	34	32	33	29
Kõrgem keskkiht	24	26	23	20	25	24	22	20
Kõrgkiht	15	19	13	14	18	14	11	18

Lisasi ka need vastajad, kes olid mõnel semantilise diferentsiaali skaalal vastuse andmata jätnud, iseloomulike omaduste esiletoomisel ei lähtutud mitmehinnangukeskmistest, vaid vastajate osakaalust, kes pidasid antud omadussõna sobivaks Euroopa Liitu iseloomustama.

Esmalt viidi läbi faktoranalüüs peatelgede meetodil, kasutades faktoritest parema ülevaate saamiseks varimaks pööramist. Programm pakkus välja kolm faktorit, väga lähedast kolmele klassikalisele faktorile semantilist diferentsiaali kasutavates uuringutes (Osgood, Suci & Tannenbaum 1975/1957). Edasises analüüsis käsitleti neid faktoreid kui imago dimensioone ja võeti need aluseks klasteranalüüsi tegemisel.

5.1. Faktoranalüüs

Analüüsis saadud imago faktorid peegeldasid nii eestlaste kui vene keelt emakeelena kõnelevate inimeste seas imago kolme klassikalist dimensiooni: hinnangut, jõudu ja arengut. Mõningane erinevus oli faktorite sisus. Vene keelt kõnelevate inimeste

Tabel 11.6. Euroopa Liidu imago faktorid eesti- ja venekeelsete vastajate seas

Faktorlaadungid; peatelgede meetod, varimaks pööramine

Eestikeelsed vastajad				Venekeelsed vastajad			
	F1: Hinnang	**F2:** Areng	**F3:** Jõud		**F1:** Hinnang	**F2:** Jõud	**F3:** Areng
Ebasõbralik – Sõbralik	**0,63**	-0,14	0,49	Oma – Võõras	**0,72**	0,12	0,16
Üleolev – Võrdne	**0,62**	-0,00	0,14	Soe – Külm	**0,60**	0,01	0,30
Peletav – Ligitõmbav	**0,62**	-0,20	0,40	Turvaline – Ohtlik	**0,53**	-0,31	0,14
Oma – Võõras	**-0,55**	**0,43**	0,23	Puhas – Määrdunud	**0,50**	-0,31	0,25
Avatud – Suletud	-0,23	**0,65**	-0,27	Avatud – Suletud	**0,49**	-0,20	0,26
Tõusev – Langev	-0,14	**0,56**	-0,42	Peletav – Ligitõmbav	**-0,48**	0,44	-0,25
Arenev – Paigalseisev	-0,10	**0,55**	-0,40	Ebasõbralik – Sõbralik	**-0,47**	0,43	-0,20
Värviline – Hall	-0,21	**0,54**	-0,12	Üleolev – Võrdne	**-0,44**	0,26	0,04
Soe – Külm	-0,52	**0,52**	0,02	Värviline – Hall	**0,40**	-0,20	0,25
Turvaline – Ohtlik	-0,41	**0,47**	-0,18	Kahanev – Kasvav	0,02	**0,72**	-0,31
Puhas – Määrdunud	-0,34	**0,44**	-0,18	Jõuetu – Jõuline	-0,04	**0,64**	-0,20
Kiire – Aeglane	0,02	**0,36**	-0,04	Killustatud – Ühtne	-0,24	**0,49**	-0,18
Kahanev – Kasvav	0,08	-0,14	**0,72**	Üksluine – Mitmekesine	-0,20	**0,45**	-0,25
Jõuetu – Jõuline	0,06	-0,12	**0,66**	Tõusev – Langev	0,10	-0,34	**0,69**
Üksluine – Mitmekesine	0,41	-0,16	**0,54**	Arenev – Paigalseisev	0,14	-0,23	**0,59**
Killustatud – Ühtne	0,43	-0,13	**0,43**	Kiire – Aeglane	0,08	-0,06	**0,30**

Paksu kirjaga on esile tõstetud kõige suuremad faktorlaadungid antud skaala puhul.

seas oli hinnangu faktori tähtsus suurem, selles sisaldusid hinnangud skaaladel *avatud–suletud* ja *turvaline–ohtlik*, mis eesti vastajate hulgas seondusid rohkem arengu kui hinnangu faktoriga. Eestlaste semantilises ruumis oli arengu faktoril EL imagos suurem tähtsus kui emotsionaalsel hinnangul (tabel 11.6). Võib oletada, et eestlaste suhe Euroopa Liitu seondub rohkem ratsionaalsete aspektidega – hinnangud skaalal *oma– võõras* olid küllalt tugevate faktorlaadungitega nii hinnangu kui arengu faktoris, vene vastajatel väga tugevasti üksnes hinnangu faktoris.

5.2. Euroopa Liidu imago eestlaste hulgas

Imagoklastrite leidmisel oli aluseks K-keskmiste meetod. Kuid erinevalt kõigi küsitletute klasteranalüüsi tulemustest arvestati EL imago analüüsil eesti- ja venekeelsete vastajate hulgas eraldi ka neid küsimustikke, kus osal semantilise diferentsiaali skaaladest oli jäetud vastused andmata (st neid ei korjatud mitte andmebaasist välja, nagu seda faktor- ja klasteranalüüsi puhul sageli tehakse).

Tabelites 11.3 ja 11.5 toodud EL imago analüüsitulemuste puhul läksid arvesse ainult need küsimustikud, milles oli antud vastus kõikidel semantilise diferentsiaali skaaladel, selliseid ankeete oli kokku 1077. Eesti ja vene vastajate eraldi analüüsil (tabelid 11.6–11.8b), kus ka vastamata jätnud olid arvesse võetud, oli vastajate koguarv 1450. Vastamata jätnute suure osakaalu tõttu kujunes positiivse ja negatiivse varjundiga EL imago vaheldumisi ühelt poolt tabelis 11.3 ning teiselt poolt tabelites 11.7a ja 11.7b vastupidiseks – paljudel osaliselt vastanutel oli EL imago pigem negatiivse kui positiivse varjundiga.

Vastamata jätnute analüüsis arvessevõtmiseks on imagoklastrite iseloomustamiseks tabelites 11.7a ja 11.7b kasutatud mitte hinnangukeskmisi (mille puhul vastamata jätmine jääb välja), vaid ühe või teise skaalapooluse äramärkimise protsenti, st tabelites on toodud vastavalt eesti- ja venekeelsete vastajate osakaal, kes pidasid Euroopa Liitu kiireks, avatuks, omaks jne. Seejuures on enamasti ära toodud see skaalapoolus, mis antud klastris oli selges ülekaalus. Kui mõlemad skaalapoolused leidsid suhteliselt võrdset äramärkimist, on tabelis toodud protsendid nende mõlema kokkutamissageduse kohta.

I klaster koondab endas vastajaid (18% eestikeelsetest vastajatest), kelle EL imago oli väga selgelt väljakujunenud, EL oli nende jaoks selgelt positiivne, arenev ja tugev. Rohkem kui 90% sellest vastajarühmast iseloomustas Euroopa Liitu kui sõbralikku, arenevat, tõusvat, avatut, turvalist ja mitmekesist. Ka kõigi teiste skaalade puhul ilmneerisid positiivse varjundiga poolused, nendele seid vastuseid ja vastamatajätmisi oli väga vähe ka kõige vähem kasutamist leidnud omadustele

Tabel 11.7a. Euroopa Liidu imagoklastrid eestlaste seas

% vastajatest, kes pidasid antud omadussõna sobivaks Euroopa Liidu iseloomustamisel

	Kõik eestikeelsed vastajad	**I klaster:** EL kui positiivne, arenev, tugev	**II klaster:** EL imago väljakujunemata	**III klaster:** EL kui negatiivne, arenev, nõrk	**IV klaster:** EL kui arenev, tugev, negatiivne
Klastri osakaal	100	18	55	9	19
Kiire – Aeglane	Kiire (43)	Kiire (70)	Kiire (24)	Kiire (63)	Kiire (63)
Oma – Võõras	Oma (24) Võõras (32)	Oma (73)	Oma (12) Võõras (21)	Oma (42) Võõras (50)	Võõras (78)
Värviline – Hall	Värviline (35)	Värviline (76)	Värviline (14)	Värviline (49)	Värviline (50)
Avatud – Suletud	Avatud (48)	Avatud (93)	Avatud (24)	Avatud (55)	Avatud (75)
Jõuline – Jõuetu	Jõuline (41)	Jõuline (83)	Jõuline (16)	Jõuetu (56)	Jõuline (80)
Soe – Külm	Soe (26) Külm (19)	Soe (81)	Soe (9) Külm (12)	Soe (39) Külm (51)	Soe (17) Külm (38)
Kasvav – Kahanev	Kasvav (47)	Kasvav (89)	Kasvav (22)	Kahanev (58)	Kasvav (89)
Arenev – Paigalseisev	Arenev (55)	Arenev (94)	Arenev (26)	Arenev (62)	Arenev (94)
Võrdne – Üleolev	Võrdne (22) Üleolev (33)	Võrdne (72)	Võrdne (12) Üleolev (17)	Üleolev (87)	Üleolev (67)
Tõusev – Langev	Tõusev (47)	Tõusev (94)	Tõusev (20)	Tõusev (54)	Tõusev (82)
Mitmekesine – Üksluine	Mitmekesine (39)	Mitmekesine (90)	Mitmekesine (18)	Üksluine (71)	Mitmekesine (63)
Turvaline – Ohtlik	Turvaline (43)	Turvaline (93)	Turvaline (24)	Turvaline (48)	Turvaline (54)
Ligitõmbav – Peletav	Ligitõmbav (32)	Ligitõmbav (88)	Ligitõmbav (17)	Peletav (69)	Ligitõmbav (37)
Puhas – Määrdunud	Puhas (35)	Puhas (87)	Puhas (15)	Puhas (47)	Puhas (39)
Sõbralik – Ebasõbralik	Sõbralik (38)	Sõbralik (98)	Sõbralik (22)	Ebasõbralik (81)	Sõbralik (44)
Ühtne – Killustatud	Ühtne (35)	Ühtne (85)	Ühtne (16)	Killustatud (67)	Ühtne (51)

kiire, võrdne ja *oma*) kasutas vähemalt 70% antud vastajarühmast.

Tabelist 11.8a on näha, et I klaster oli oluliselt enam levinud meeste kui naiste hulgas (vastajarühmas 59% mehi ja 41% naisi). Vähem kui teistes rühmades oli siin maainimesi (34%, eestlaste seas keskmiselt 43%), samuti väiksema sissetulekuga inimesi (alla 2500 kuus pereliikme kohta 49%, eesti vastajate keskmine 60%). Seejuures ei saa kõnelda mainte suuremast osakaalust, mida võis esile tuua positiivse imagoklastri puhul kõigi vastajate hulgas (tõsi küll, nende vastajate hulgas, kes olid vastanud kõiki semantilise diferentsiaali skaalasid kasutades).

II klastrit iseloomustab EL imago väljakujunemata – üht või teist omadussõna sobivaks pidamise osakaal ei tõusnud üle 26%, sellise emotsionaalselt olulise skaala puhul nagu *soe–külm* oli ühe või teise pooluse poole kaldunud kõigest vastavalt 9% ja 12%, st et 79% eesti vastajatest ilmutasid EL suhtes emotsionaalset ükskõiksust. Ka teiste emotsionaalsesse dimensiooni kuulunud skaalade puhul ei tõusnud vastuste osakaal väljaspool neutraalset keskpunkti ja vastamata jätmist suuremaks kui üks kolmandik vastajatest (21% pidas Euroopa Liitu võõraks ja 12% omaks; 22% sõbralikuks ja 8% ebasõbralikuks jne). Väljakujunemata EL imago oli iseloomulik rohkem kui poolele eesti vastajatest, selle levikus ei olnud olulisi erinevusi sotsiaal-demograafiliste gruppide vahel (vt tabel 11.8a).

Nii III kui IV imagoklastri puhul nähti Euroopa Liitu negatiivse ja dünaamilisena, kuid III klastris (9% eestlastest) peeti seda valdavalt nõrgaks ja IV klastris (19% eestlastest) tugevaks. Seejuures võib imagot mõlemas grupis pidada selgelt väljakujunenuks – nende osakaal, kes ei osanud valida ühe või teise omadustepooluse kasuks, oli kõikjal alla ühe kolmandiku, mõned vähesed erandid väljaarvatud (nt skaala *puhas–määrdunud* III klastris, mille puhul 44% valis neutraalse skaalapunkti või jättis

Tabel 11.8a. Euroopa Liidu imagoklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis eestlaste seas

% klastrist

	Kõik eesti-keelsed vastajad	**I klaster:** EL kui positiivne, arenev, tugev	**II klaster:** EL imago väljakujunemata	**III klaster:** EL kui negatiivne, arenev, nõrk	**IV klaster:** EL kui arenev, tugev, negatiivne
Sugu					
Mehed	49	59	48	52	45
Naised	51	41	52	48	55
Vanus					
15–19	10	12	8	11	15
20–29	18	21	14	15	25
30–44	27	21	27	34	29
45–54	16	18	16	19	13
55–64	15	13	19	12	9
65–74	14	15	16	8	9
Asulatüüp					
Pealinn	24	28	21	27	29
Suurem linn	14	15	12	15	17
Väikelinn	20	23	21	19	12
Maa	43	34	46	39	42
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	32	22	36	29	30
1501–2500	28	27	27	38	27
2501–4000	20	24	20	18	18
4001–6000	13	17	10	8	19
Üle 6000	7	11	6	6	6

vastamata; samuti skaala *soe–külm* IV klastris, mille puhul oma-valikut ei teinud 45% vastajatest). Võrreldes kõigi eesti vastajate keskmisega ei olnud EL negatiivse imagoga gruppides olulisi sotsiaal-demograafilisi erinevusi. III ja IV klastrit omavahel võrreldes märkame, et nende hulgas, kes tajusid Euroopa Liitu areneva, tugeva ja negatiivsena (IV klaster), oli veidi rohkem noori, jõukamaid vastajaid ja naisi.

5.3. Euroopa Liidu imago venekeelsete vastajate seas

Ka venekeelsete vastajate hulgas eristus selgesti positiivse mitmedimensioonilise imagoga rühm (I klaster tabelites 11.7b ja 11.8b), kuigi see osutus veidi väiksemaks vastavast eestlaste rühmast – 18% eestlastest ja 12% venekeelsetest vastajatest. Selle imagotüübi levikus erinevates rahvarühmades oli sarnaseid tendentse eestlastega, ka venekeelsete vastajate seas oli EL tajumine positiivse, tugeva ja arenevana mõnevõrra rohkem omane meestele ja noortele (vt tabel 11.8b).

Sarnaselt eestlastega eristus ka venekeelsete vastajate hulgas EL väljakujunemata imago (III klaster), mis oli omane rohkem kui poolele vastajatest – 57%. Selles vastajategrupis ei tõusnud üht või teist omadussõna EL puhul sobivaks pidanute osakaal üle 28% (nagu eestlasedki, kasutasid venekeelsed vastajad kõige enam sõna *arenev* – vt tabel 11.7a ja 11.7b). Erinevalt eestlastest oli EL väljakujunemata imago vene vastajate puhul laialt levinud just naiste hulgas.

Venekeelsete vastajate hulgas eristus väike imagotüüp, mida eestlaste seas esile ei tulnud (II klaster, iseloomulik 5%-le vastajatest). Selle puhul nähti Euroopa Liitu arenevana, kuid nõrgana ja emotsionaalselt ambivalentsena (ühelt poolt oma ja soojana, teiselt poolt üleolevana ja pigem ebasõbralikuna, tabel 11.7b). See klaster oli veidi enam levinud noorte seas, Tallinnas ja teistes suuremates linnades (vt tabel 11.8b).

Eesti vastajatest mõnevõrra erinev oli ülekaalukalt negatiivsest imagotüübist – suurema levikuga tüübi puhul (IV klaster, 21% vastajatest) nähti sarnaselt eesti IV klastriga Euroopa Liitu areneva, tugeva ja negatiivsena. Kuid V klastri puhul seostati mustati Euroopa Liitu negatiivse ja väheareneva (tabel 11.7b) (eesti III klastris negatiivne, areneva ja nõrgana, tabel 11.7a).

Sarnaselt eesti IV klastriga oli ka vene vastajate seas EL tajumine areneva, tugeva ja negatiivsena rohkem omane noortele (kõige enam mängiti

Tabel 11.7b. Euroopa Liidu imagoklastrid venekeelsete vastajate seas

% vastajatest, kes pidasid antud omadussõna sobivaks Euroopa Liidu iseloomustamisel

	Kõik venekeelsed vastajad	**I klaster:** EL kui positiivne, tugev, arenev	**II klaster:** EL kui ambivalentne, nõrk, arenev	**III klaster:** EL imago välja-kujunemata	**IV klaster:** EL kui negatiivne, tugev, arenev	**V klaster:** EL kui negatiivne, vähearenev
Klastri osakaal (%)	100	12	5	57	21	5
Kiire – Aeglane	Kiire (39)	Kiire (70)	Kiire (78)	Kiire (24)	Kiire (49)	Kiire (42)
Oma – Võõras	Oma (20) Võõras (30)	Oma (70)	Oma (85)	Oma (11) Võõras (17)	Võõras (72)	Võõras (92)
Värviline – Hall	Värviline (35)	Värviline (83)	Värviline (56)	Värviline (18)	Värviline (47)	Hall (56)
Avatud – Suletud	Avatud (34)	Avatud (92)	Avatud (72)	Avatud (20)	Avatud (41)	Suletud (69)
Jõuline – Jõuetu	Jõuline (37)	Jõuline (92)	Jõuetu (73)	Jõuline (19)	Jõuline (68)	Jõuline (31) Jõuetu (27)
Soe – Külm	Soe (21) Külm (22)	Soe (73)	Soe (81)	Soe (9) Külm (14)	Külm (34)	Külm (86)
Kasvav – Kahanev	Kasvav (46)	Kasvav (94)	Kahanev (57)	Kasvav (26)	Kasvav (86)	Kasvav (32)
Arenev – Paigalseisev	Arenev (52)	Arenev (94)	Arenev (100)	Arenev (28)	Arenev (82)	Arenev (28) Paigalseisev (31)
Võrdne – Üleolev	Võrdne (20) Üleolev (28)	Võrdne (81)	Üleolev (59)	Võrdne (11) Üleolev (18)	Üleolev (56)	Üleolev (65)
Tõusev – Langev	Tõusev (46)	Tõusev (93)	Tõusev (89)	Tõusev (20)	Tõusev (71)	Langev (37)
Mitmekesine – Üksluine	Mitmekesine (37)	Mitmekesine (86)	Üksluine (45)	Mitmekesine (19)	Mitmekesine (63)	Üksluine (48)
Turvaline – Ohtlik	Turvaline (31)	Turvaline (86)	Turvaline (52)	Turvaline (22)	Turvaline (27) Ohtlik (34)	Ohtlik (77)
Ligitõmbav – Peletav	Ligitõmbav (36)	Ligitõmbav (100)	Ligitõmbav (38) Peletav (39)	Ligitõmbav (23)	Ligitõmbav (47)	Peletav (69)
Puhas – Määrdunud	Puhas (28)	Puhas (82)	Puhas (62)	Puhas (14)	Puhas (34)	Määrdunud (61)
Sõbralik – Ebasõbralik	Sõbralik (33)	Sõbralik (94)	Sõbralik (29) Ebasõbralik (44)	Sõbralik (19)	Sõbralik (40)	Ebasõbralik (77)
Ühtne – Killustatud	Ühtne (31)	Ühtne (81)	Killustatud (54)	Ühtne (12) Killustatud (14)	Ühtne (52)	Killustatud (58)

omadused *kasvav*, *arenev* ja *võõras*). Negatiivse ja väheurenevana (*võõras*, *külm*, *ohtlik*, *ebasõbralik*) tajusid Euroopa Liitu vanemad ja vaesemad vene vastajad väikelinnadest (vt tabelid 11.7b ja 11.8b).

Kokkuvõtteks EL imagost eri rahvarühmades võime öelda, et erinevusi eesti ja vene vastajate, meeste ja naiste, nooremate ja vanemate vahel ei olnud kuigi palju. Hoopis suuremaid erinevusi EL tajumises võib esile tuua siis, kui võrrelda imagot erinevate hulgas, kes pooldasid Eesti ühinemist sellega kes olid ühinemise vastu.

6. Euroopa Liidu imago liiduga ühinemise pooldajate ja vastaste hulgas

Euroopa Liidu imago erines Eesti liitumise täielike pooldajate ja täielike vastaste seas kõigil uuringus kasutatud omaduseskaaladel enam kui 1 palli võrra. Ainus skaala, millel antud hinnangute keskmine kujunes sellest vähem erinevaks, oli *kiire–aeglane*, kuid siingi oli erinevus 0,7 palli.

Kõige suuremad erinevused olid emotsionaalse hinnangu faktoris.

Ühinemist täielikult pooldajate ja üldse mitte pooldajate seas erinesid emotsionaalsed hinnangud mitmel skaalal ligemale 2 palli – keskmiste vahe oli kõige suurem skaalal *peletav–ligitõmbav* (2,18), *oma–võõras* (2,13), *soe–külm* (2,04), *turvaline–ohtlik* (1,95) (tabel 11.9).

Ootuspäraselt erinesid hoopis vähem ühinemist pigem pooldavate ja pigem mitte pooldavate vastajate seas valitsenud Euroopa Liidu imagod. Kõige olulisemaks eristajaks oli siingi emotsionaalse hinnangu dimensioon, kõige enam erinesid keskmised skaaladel *oma–võõras* (1,11), *turvaline–ohtlik* (0,94), *külm–soe* (0,84), *peletav–ligitõmbav* (0,75). Märkame, et kõik suure eristusjõuga skaalad on kokkulangevad (tabel 11.9).

Tabel 11.8b. Euroopa Liidu imagoklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis venekeelsete vastajate seas

% klastrist

	Kõik venekeelsed vastajad	**I klaster:** EL kui positiivne, tugev, arenev	**II klaster:** EL kui ambivalentne, nõrk, arenev	**III klaster:** EL imago väljakujunemata	**IV klaster:** EL kui negatiivne, tugev, arenev	**V klaster:** EL kui negatiivne, vähearenev
Sugu						
Mehed	41	56	47	34	42	55
Naised	59	44	53	66	58	45
Vanus						
15–19	10	14	13	4	19	0
20–29	19	24	33	16	22	15
30–44	27	23	26	28	30	34
45–54	21	21	4	31	15	17
55–64	12	9	12	14	9	12
65–74	10	10	11	7	6	22
Asulatüüp						
Pealinn	42	48	49	41	45	36
Suurem linn	31	29	35	33	30	12
Väikelinn	21	22	8	17	22	52
Maa	6	2	7	10	3	0
Kuusissetulek pereliikme kohta						
Kuni 1500	38	31	44	36	39	51
1501–2500	30	27	33	25	25	40
2501–4000	22	31	11	26	24	0
4001–6000	7	9	8	9	7	4
Üle 6000	3	1	4	4	5	4

Tabel 11.9. Euroopa Liidu imago liiduga ühinemise pooldajate ja vastaste seas

Hinnangukeskmiste erinevus skaala neutraalsest keskpunktist (4)

	Pooldab täielikult	**Pigem poolt**	**Pigem ei poolda**	**Ei poolda üldse**	**Ei oska öelda**	**Ei tea, üksikud**
Kiire – Aeglane	++ 1,14	+ 0,88	+ 0,71	+ 0,48	+ 0,44	+ 0,56
Oma – Võõras	+ 0,88	– 0,04	– – 1,15	– – 1,25	– 0,47	– 0,17
Värviline – Hall	++ 1,24	+ 0,67	+ 0,16	– 0,44	+ 0,26	– 0,11
Avatud – Suletud	++ 1,55	+ 0,98	+ 0,26	– 0,24	+ 0,53	+ 0,10
Jõuline – Jõuetu	++ 1,13	+ 0,75	+ 0,56	+ 0,12	+ 0,53	+ 0,05
Soe – Külm	++ 1,00	+ 0,38	– 0,46	– – 1,04	– 0,14	+ 0,24
Kasvav – Kahanev	++ 1,57	++ 1,02	+ 0,81	+ 0,30	+ 0,73	+ 0,40
Arenev – Paigalseisev	++ 1,94	++ 1,22	+ 0,84	+ 0,32	+ 0,76	+ 0,76
Võrdne – Üleolev	+ 0,53	– 0,02	– 0,72	– 0,87	– 0,20	– 0,25
Tõusev – Langev	++ 1,62	+ 1,04	+ 0,61	+ 0,18	+ 0,56	+ 0,55
Mitmekesine – Üksluine	++ 1,34	+ 0,70	+ 0,44	– 0,13	+ 0,46	+ 0,22
Turvaline – Ohtlik	++ 1,50	+ 0,97	+ 0,03	– 0,45	+ 0,27	+ 0,25
Ligitõmbav – Eemalepeletav	++ 1,39	+ 0,77	+ 0,02	– 0,79	+ 0,24	+ 0,16
Puhas – Määrdunud	++ 1,20	+ 0,75	+ 0,25	– 0,20	+ 0,26	+ 0,28
Sõbralik – Ebasõbralik	++ 1,31	+ 0,73	+ 0,02	– 0,43	+ 0,33	+ 0,24
Ühtne – Killustatud	++ 1,06	+ 0,60	+ 0,08	– 0,46	+ 0,25	+ 0,20

+ Erinevus skaala keskpunktist 1. skaalapooluse suunas, – erinevus 2. skaalapooluse suunas.
++ / – – Erinevus skaala keskpunktist > 1.

EL imago nende vastajate hulgas, kellel puudus oma arvamus Eesti liitumise suhtes, oli lähemal liitumise vastaste kui pooldajate imagole. Toetus ühinemisele Euroopa Liiduga seostus selgelt positiivse imagoga.

7. Euroopa Liidu imago euroreferendumi järel

Ülalkirjeldatud semantilise diferentsiaali 16 skaalat olid kasutusel ka Faktumi poolt tehtud esinduslikus uuringus euroreferendumi järel, novembris 2003 (969 küsitletut). Euroopa Liidu imago kõrval oli vaatluse all ka osalemine referendumil ja hääletamine liitumise poolt või vastu.

Võrreldes Euroopa Liidu imagot Eestis *Mina. Maailm. Meedia* andmete ja referendumijärgse uuringu põhjal, näeme vähe muutusi. Hinnangukeskmised olid eriti kokkulangevad emotsionaalse hinnangu poolest, mõningaid erinevusi oli potentsiaali ja dünaamika dimensioonides. Kümnes kandidaatriigis äsjatoimunud referendumite järel võib pidada igati põhjendatuks, et EL iseloomustamisel peeti varasemast sobivamaks kasutada sõna *kasvav* (ainus skaala, millel hinnangukeskmine erines *Mina. Maailm. Meedia* andmetega võrreldes rohkem kui 0,5 palli), mõnevõrra rohkem kasutati ka sõna *mitmekesine* (keskmiste vahe 0,32 palli).

Hinnangukeskmised tabelites 11.10 ja 11.11 on esitatud kolme põhilise imagodimensiooni kaupa, skaalade paigutamisel nendesse dimensioonidesse olid aluseks faktoranalüüsi tulemused kõigi küsitletute hulgas. Selle üldistava faktoranalüüsi tulemuste põhjal, mis veidi erinesid eespool tabelis 11.6 esitatud tulemustest eraldi eesti ja vene vastajate lõikes, koondusid emotsionaalse hinnangu dimensiooni 7 skaalat (eesti faktoranalüüsis oli hinnangu faktoris 4, vene faktoranalüüsis 9 skaalat – vt tabel 11.6); potentsiaali või jõu dimensioonis 4 skaalat (eesti ja vene küsitlustulemuste eraldi analüüsis needsamad 4); dünaamika või arengu dimensioonis oli 5 skaalat (eesti ja vene küsitlustulemuste eraldi analüüsis vastavalt 8 ja 3 skaalat – vt tabel 11.6)

Skaalade järjestamisel dimensioonides oli aluseks hinnangukeskmise erinevus neutraalsest keskpunktist, omaduste pingerea koostamisel lähtuti tabelis 11.10 referendumijärgse küsitluse tulemustest, tabelis 11.11 referendumil osalemisest, tabelis 11.12 poolthääletamisest.

Tabelis 11.10 toodud andmete põhjal võime öelda, et kuigi avalikkuse toetus Eesti ühinemisele Euroopa Liiduga kasvas referendumieelsel ajal (jaanuarist septembrini 2003), ei muutunud oluliselt EL imago.

Tabel 11.10. Euroopa Liidu imago euroreferendumi eel ja järel

Hinnangukeskmiste erinevus skaala neutraalsest keskpunktist (4); pingerida dimensioonides referendumijärgse küsitluse alusel

	Referendumijärgne küsitlus (nov 2003)	**Meema** (dets 2002 – jaan 2003)
Emotsionaalse hinnangu dimensioon		
Turvaline	+ 0,67	+ 0,55
Sõbralik	+ 0,63	0,45
Puhas	+ 0,59	+ 0,51
Ligitõmbav	0,47	0,42
Võõras	0,25	0,32
Soe	0,15	0,06
Üleolev	0,12	0,20
Potentsiaali (jõu) dimensioon		
Kasvav	++ 1,45	+ 0,89
Mitmekesine	+ 0,90	+ 0,58
Jõuline	+ 0,77	+ 0,63
Ühtne	0,41	0,37
Dünaamika (arengu) dimensioon		
Arenev	++ 1,05	++ 1,05
Tõusev	+ 0,91	+ 0,84
Avatud	+ 0,87	+ 0,67
Kiire	+ 0,67	+ 0,74
Värviline	+ 0,50	0,42

\+ Erinevus skaala keskpunktist 0,5–1 skaalapunkti.
++ Erinevus skaala keskpunktist > 1.
Allikas referendumijärgse küsitluse kohta: Faktum

Oluline on aga märkida eespool juba esiletoodud tendentsi EL imago aeglase selginemise, kindlama väljakujunemise suunas – rohkem kui 0,5 palli võrra erinesid hinnangukeskmised neutraalsest keskpunktist 11 skaala puhul. Aasta varem, *Mina. Maailm. Meedia* küsitluse ajal oli selliseid skaalasid 9 ja veel poolteist aastat varem, juunis 2001 oli neid 7 (Past 2001).

8. Euroopa Liidu imago euroreferendumil osalenute ja mitteosalenute seas

Küsimus sellest, kuivõrd imago on seotud käitumisega, on üks kommunikatsioonijuhtimise võtmeküsimusi. Võrreldes Euroopa Liidu imagoid kahes grupis, nende seas, kes osalesid referendumil ja nende seas, kes ei osalenud, saame vastata küsimusele, kas osalejate hulgas oli positiivne EL imago rohkem levinud, kas negatiivse imagoga inimesed jäid referendumist kõrvale.

Tabelist 11.11 näeme, et kahe erinevalt käitunud grupi imagotes ei ole olulist erinevust. Seega ei ole õige väide, nagu oleksid referendumist

Tabel 11.11. Euroopa Liidu imago euroreferendumil osalenute ja mitteosalenute seas

Hinnangukeskmiste erinevus skaala neutraalsest keskpunktist (4); pingerida dimensioonides referendumil osalenute hinnangute alusel

	Referendumil osalenud	Referendumil mitteosalenud
Emotsionaalse hinnangu dimensioon		
Sõbralik	+ 0,66	+ 0,57
Turvaline	+ 0,65	0,44
Ligitõmbav	0,48	0,45
Puhas	0,43	0,31
Soe	0,21	0,05
Võõras	0,20	0,36
Üleolev	0,07	0,23
Potentsiaali (jõu) dimensioon		
Kasvav	++ 1,53	+ 1,32
Mitmekesine	+ 0,95	+ 0,82
Ühtne	0,48	0,31
Jõuline	0,47	+ 0,83
Dünaamika (arengu) dimensioon		
Arenev	++ 1,06	++ 1,05
Avatud	+ 0,97	+ 0,61
Tõusev	+ 0,89	+ 0,96
Kiire	+ 0,56	+ 0,60
Värviline	+ 0,52	+ 0,66

+ Erinevus skaala keskpunktist 0,5–1 skaalapunkti.
++ Erinevus skaala keskpunktist > 1.

Allikas: Faktum

rohkem eemale jäänud inimesed, kes olid Eesti Euroopa Liiduga ühinemise poolt, eeldades, et niikuinii on referendumi tulemuseks "jah". Samuti pole õige väide, nagu oleks referendumist rohkem eemale jäänud grupp, kelle Euroopa Liidu imago oli negatiivne, kuna eeldati, et niikuinii on referendumi tulemus "jah" ja nende häältest ei sõltu midagi. Korrektne on väita, et ei ole olulist erinevust kahe erineva käitumisega grupi Euroopa Liidu imagotes. Näiteks ülaltoodud analüüsis keskseks osutunud skaalal *oma–võõras* oli hinnangukeskmiste vahe 0,16 ja skaalal *peletav–ligitõmbav* 0,03 palli.

Referendumil osalenute grupis iseloomustati Euroopa Liitu veidi avatumana ja vähem jõulisena.

9. Euroopa Liidu imago ja hääletuskäitumine euroreferendumil

Võrreldes imagoid gruppides, kes hääletasid referendumil Euroopa Liiduga ühinemise poolt või vastu, märkame suuri erinevusi (joonis 11.3).

Nii EL poolt kui vastu hääletanud inimesed nägid superorganisatsiooni kasvavana, kõigi muude skaalade puhul erinesid nende kahe grupi hinnangukeskmised enam kui 0,5 palli.

Võrreldes EL iseloomustusi Eesti liitumise poolt ja vastu hääletanute hulgas võime oletada, et vastuhääletamine Eesti liitumisele oli kõige enam seotud Euroopa Liidu tajumisega vähem ligitõmbavana (keskmiste vahe 2,31 palli), rohkem ülemvana (1,95), vähem jõulisena (1,47), vähem puhtana (1,30), vähem turvalisena (1,29), võõramana (1,25).

Imago mõjutab käitumist. Liitumise poolt või vastu hääletamisel oli üheks oluliseks Euroopa Liidu omaduseks selle tajumine võrdsena või ülemolevana. Seosed emotsionaalse hinnangu dimensiooni kuuluvate skaalade vahel olid tugevad. Euroopa Liidu tajumisel võrdsena nähti superorganisatsiooni ka sõbralikumana, ligitõmbavamana, rohkem omana, soojemana, turvalisemana ja puhtamana.

Kokkuvõte

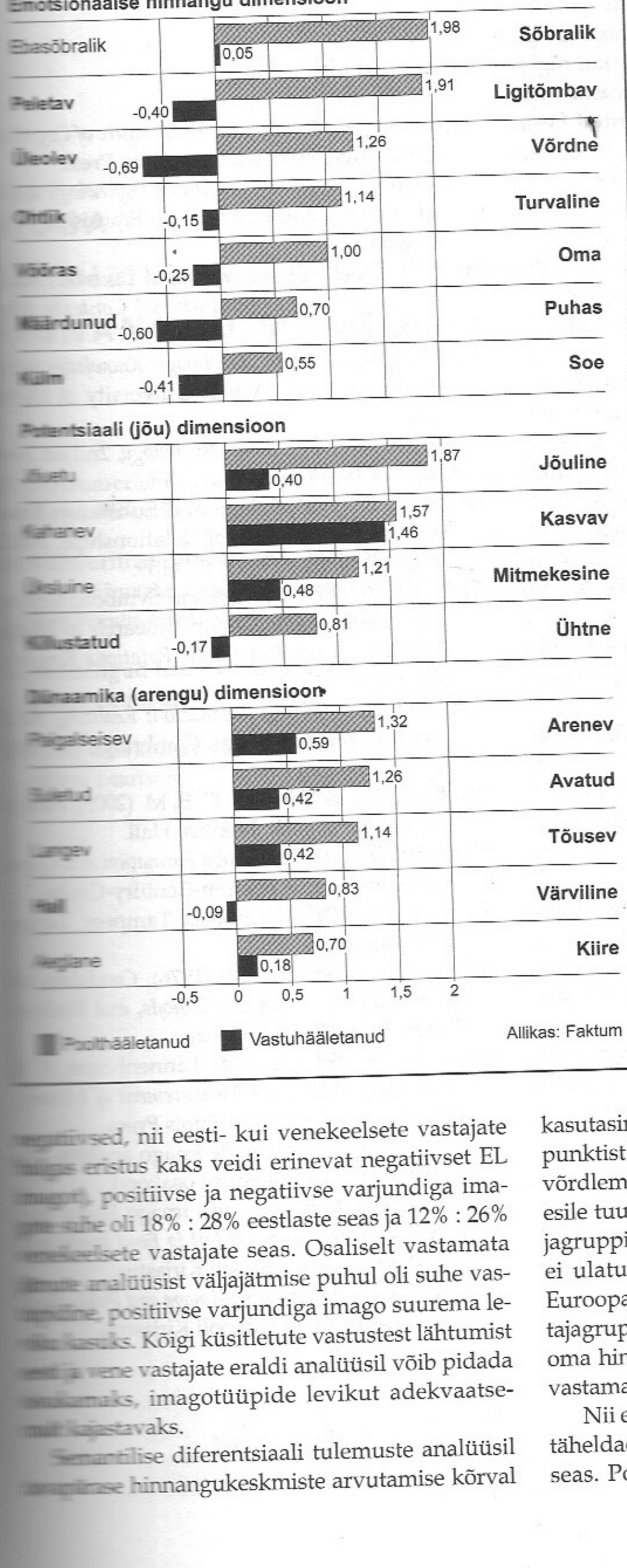
Euroopa Liidu imago kujunemine on seotud inimese suhtumisega muutustesse ja praegusesse olukorda Eestis. Euroopa Liidu ja Eesti Vabariigi imagote võrdlemisel võib väita, et inimestel on kalduvus luua sarnase emotsionaalse tonaalsusega hinnangujutluspilte nii Eesti Vabariigi kui Euroopa Liidu kohta. Euroopa Liitu ja Eesti Vabariiki iseloomustatakse uuringus kasutatud 16 semantilise differentsiaali skaalal suhteliselt sarnastena. Suurim erinevus oli Eesti tajumine palju enam omana, Liidu tajumine pigem võõrana (hinnangukeskmiste vahe 1,81 palli 7-pallisel skaalal). Eestiga võrreldes tajuti Euroopa Liitu ka ühtsemana (hinnangukeskmiste vahe 0,70 palli) ja jõulisemana (0,69).

EL imago analüüsimisel tuginesime põhiliselt faktor- ja klasteranalüüsi tulemustele, seda nii ühiselgi küsitletute lõikes kui eraldi eesti- ja venekeelsete vastajate hulgas. Seejuures võeti kogu valimi analüüsil arvesse üksnes need vastajad, kes olid mõlema EL ja EV iseloomustamisel kasutanud kõiki skaalasid, eesti- ja venekeelsete vastajate eraldi analüüsil ka need vastajad, kes olid mõne skaala puhul jätnud vastuse andmata (neid oli veerand kõigist küsitletutest).

Kõik ülalnimetatud analüüsid näitasid valdavalt kujunemata Euroopa Liidu imago domineerimist küsitletute hulgas, see iseloomustas 55% eestikeelsetest ja 57% venekeelsetest vastajatest. Kui lähtuda kõigist küsitletutest, võtta arvesse ka osalisi vastamata jätmist, siis osutus positiivse varjundiga Liidu imago vähemlevinuks kui negatiivne (tugeva

Joonis 11.3. Euroopa Liidu imago euroreferendumil poolt- ja vastuhääletanute seas

Hinnangukeskmiste erinevus skaala neutraalsest keskpunktist (4); eri-gerida dimensioonides referendumil osalenute hinnangute alusel



negatiivsed, nii eesti- kui venekeelsete vastajate hulgas eristus kaks veidi erinevat negatiivset EL imagot), positiivse ja negatiivse varjundiga imago suhe oli 18% : 28% eestlaste seas ja 12% : 26% venekeelsete vastajate seas. Osaliselt vastamata jätmise analüüsist väljajätmise puhul oli suhe vastupidine, positiivse varjundiga imago suurema leviku kasuks. Kõigi küsitletute vastustest lähtumist eesti ja vene vastajate eraldi analüüsil võib pidada usutavamaks, imagotüüpide levikut adekvaatsemalt kajastavaks.

Semantilise diferentsiaali tulemuste analüüsil kasutatakse hinnangukeskmiste arvutamise kõrval kasutasime ka protsentjaotuste, neutraalsest keskpunktist ühele või teisele poole kalduvate vastuste võrdlemist imagotüüpides. See võimaldas selgelt esile tuua väljakujunemata imago eripära – vastajagruppides, kus domineeris antud imagoklaster, ei ulatunud ühe või teise omaduse märkimine Euroopa Liidu iseloomustamiseks üle 26–28% vastajagrupist, kaks kolmandikku vastajatest märkis oma hinnangu neutraalsesse keskpunkti või jättis vastamata.

Nii eesti- kui venekeelsete vastajate hulgas võis täheldada EL imagote erinemist meeste ja naiste seas. Positiivne EL imago oli enam iseloomulik

meestele, vene vastajate puhul oli väljakujunemata imago rohkem levinud naiste hulgas. Noori iseloomustas selgemini väljakujunenud EL imago, nii positiivne kui negatiivne imago olid nende seas rohkem levinud.

Ootuspäraselt seostus Euroopa Liidu positiivne imago mitmete teiste positiivsete hoiakutega, näiteks suurema usaldusega nii meedia kui riigi ja poliitikute vastu; negatiivne imago seevastu veendumusega, et ollakse vähem informeeritud Eestis ja maailmas juhtuvast, ja uskumusega, et ei meediat ega riigivõimu ei või usaldada. Võib esile tuua positiivse või negatiivse üldise häälestuse mõju EL imagole – need, kes olid rahul Eestis toimunud muutustega, olid uhked Eesti arengu üle, olid veendunud, et nende enda elu läheb paremaks ja ka Eesti elu läheb paremaks, nägid ka Euroopa Liitu positiivsemas valguses.

Kui EL imagotüüpide levik erinevates sotsiaaldemograafilistes gruppides oli suhteliselt ühtlane, siis hoopis suuremad erinevused tulid esile nende vahel, kes toetasid Eesti liitumist Euroopa Liiduga või olid selle vastu või suhtusid sellesse ükskõikselt. Paljudest vaadeldud seostest EL imago ja mitmesuguste muude tegurite vahel osutus kõige tugevamini imagoga seotuks suhtumine Eesti astumisse Euroopa Liitu.

Hinnangukeskmised erinesid liitumise täielike pooldajate ja täielike vastaste puhul kõigil skaaladel väga tugevasti, 15 skaalal 16-st enam kui 1 palli võrra. Ainus omadus, kus erinevus oli väiksem, oli EL tajumine kiirena. Liitumise toetajate ja vastaste imago erines kõige enam emotsionaalse hinnangu dimensiooni poolest, hinnangukeskmised erinesid kõige rohkem skaaladel *oma–võõras, ligitõmbav–peletav, soe–külm, üleolev–võrdne*.

Peaaegu aasta hiljem, novembri lõpus 2003 tehtud esinduslikus küsitluses koguti andmeid EL imago kohta neidsamu semantilise diferentsiaali skaalasid kasutades. Võrreldes *Mina. Maailm. Meedia* andmetega oli EL imago vähe muutunud, hinnangukeskmised erinesid vaid skaalal *kasvav–kahanev*. Referendumijärgne küsitlus võimaldas võrrelda EL imagot referendumist osavõtnute ja mitteosavõtnute, poolt- ja vastuhääletanute hulgas. Esimene võrdlus võimaldas teha olulise järelduse, et referendumist osavõtnud esindasid õiges proportsioonis kõiki Eestis levinud EL imagotüüpe, osavõtnute ja mitteosavõtnute imagote vahel ei olnud märkimisväärseid erinevusi.

EL imago oli liitumise poolt ja selle vastu hääletanute hulgas tugevasti erinev. Võib oletada, et ühinemise vastaste jaoks oli üheks oluliseks "ei" ütlemise põhjuseks Euroopa Liidu tajumine üleolevana.

Kasutatud kirjandus

Anderson, J. R. (1983). *The Architecture of Cognition*. Cambridge: Harvard University Press.

Anderson, J. R. (1985). *Cognitive Psychology and its Implications*, 2nd edition. San Fransisco: W. H. Freeman.

Beach, L. R. (1990). *Image Theory: Decision Making in Personal and Organizational Contexts*. New York: Wiley.

Boulding, K. E. (1956). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor: University of Michigan.

Gleitman, H. (1987). *Basic Psychology*, 2nd ed. New York: W. W. Norton.

Grunig J. E. (1993) Image and Substance: From Symbolic to Behavioral Relationships. *Public Relations Review*, 19 (2), 121–139.

Grunig, L. A. (1993). Image and Symbolic Leadership: Using Focus Group Research to Bridge the Gaps. *Journal of Public Relations Research*, 5(2), 95–125.

Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Cambridge: Harvard Business School Press.

Fombrun, C. J. & Van Riel, C. B. M. (2003). *Fame & Fortune*. New York: Prentice Hall.

Horowitz, M. J. (1970). *Image Formation and Cognition*. New York: Appelton-Century-Crofts.

Karvonen, E. (1997). *Imagologia*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Nimmo, D. & Savage, R. I. (1976). *Candidates and Their Images: Concepts, Methods, and Findings*. Pacific Palisades: Goodyear.

Osgood C. E., Suci, G. J. & Tannenbaum, P. H. (1975, orig 1957). *The Measurement of Meaning*. Chicago: University of Illinois Press.

Past, A. (1999). Eesti linnade imago analüüs. Magistritöö, TÜ ajakirjanduse osakond.

Past, A. (2001). Euroopa Liidu imago Eestis. In: R. Vetik (toim). *Euroopa Liit ja Eesti avalikkus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Past, A. (2004). *Corporate Self-image and Public Orientation*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

V OSA:
TARBIMISORIENTATSIOONID, KAPITALID, HINNANGUD MUUTUSTELE, KIHISTUMINE

Konsumerismist tarbimisliku ükskõiksuseni: tarbimisorientatsioonid tänases Eestis 201
Margit Keller, Veronika Kalmus

Kultuuriline, sotsiaalne ja majanduslik kapital: Eesti inimeste ressursid erinevates eluvaldkondades 217
Ille Pruulmann-Vengerfeldt

Hinnangud Eesti ühiskonnas toimunud muutustele 231
Marju Lauristin

Eesti ühiskonna kihistumine 251
Marju Lauristin

12

KONSUMERISMIST TARBIMISLIKU ÜKSKÕIKSUSENI: TARBIMISORIENTATSIOONID TÄNASES EESTIS

Margit Keller, Veronika Kalmus

1. Teoreetilised alused

Kaasaegsed käsitlused tarbimiskultuurist lähtuvad sellest, et tarbimise puhul ei ole üheski ühiskonnas tegemist pelgalt praktiliste vajaduste rahuldamisega, vaid tarbimisel on alati sügavalt sotsiokultuuriline tähendus. Nii materiaalsete kui mittemateriaalsete kaupade ostmise ja kasutamise kaudu positsioneeritakse end sotsiaalses keskkonnas, kujundatakse oma identiteeti ja elustiili. Nn läänelikku tarbimiskultuuri aluseks on vaba turumajandus, mis vähemalt teoreetiliselt tagab individuaalsele võrdse ligipääsu kaupadele. Tarbija suveräänsust, tarbimisvabadust mõistetakse hilismodernse läänelikku ühiskonna kodanikuvabaduste tuhe kesksema ilminguna.

Nimetatud tunnustele vastav tarbimiskultuur on Eestis pärast Nõukogude Liidu lagunemist jõudsalt arenenud. Ometi ei saa me rääkida ühesest läänelikku kultuuri pealetungist. Nõukogude pärand, Eesti Vabariigi arendamisega seotud kohalik kogemus ning Lääne mõju on omavahelises keerukas vastastoimes, mis kujundavad just meile iseloomulikku postsovetlikku tarbimiskultuuri.

Tarbimist on Eestis seni uuritud üsna mitmest eri aspektist. Turu-uuringufirmad on mitmesuguste organisatsioonide (peamiselt ettevõtete) tellimusel teinud tarbijakäitumise kohta palju kommertsuuringuid, kuid valdav enamik neist ei ole üldsusele ega ka teistele uurijatele kättesaadav. Statistikaameti ja uuringufirmade avaldatud andmed on viimastel aastatel suuresti finantsinstitutsioonide eestvedamisel käivitanud ületarbimise diskussiooni, mis esmapilgul jätab mulje, et Eestis on palju neid, kes (läbimõtlematult) lubavad endale suures mahus tarbimist. Teisalt moodustab tarbimise, sageli õigupoolest küll tarbimisvõimaluste ilmajäetuse uurimine olulise osa Eesti sotsioloogide poolt läbiviidavates deprivatsiooni, kihistumise, edukuse–ebaedukuse ja vaesuse uuringutes (vt nt Kutsar jt 1999; Einasto 2002; Pavelson & Luuk 2002; Õun 2002). Seni on Eestis sotsiaalteaduslikult väga vähe uuritud tarbimise kultuurilisi ja sümbolilisi aspekte (v.a kommertsuuringud, mis teaduspublikatsioonides kajastust ei leia). Lisaks TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas tehtavale (vt Keller & Vihalemm 2001, 2003; Keller 2005) on jõudsalt arenemas ka tarbimisuuringute antropoloogiline suund TÜ etnoloogia õppetoolis (vt Kannike 2002; Kõresaar & Anepaio 2003). Olulist täiendust tarbimise tähtsuse kohta Eesti ühiskonna kihistumisel lisab käesoleva aruande 15. peatükk, mille keskne hüpoteeski seob positsioneerumise ühiskondlikul redelil ja indiviidi võimalused tarbijana.

Küsitluses *Mina. Maailm. Meedia* on püütud selgitada Eesti inimeste tarbimisorientatsioone, kasutades muuhulgas deprivatsiooniuuringutes levinud küsimusi raha jätkumise kohta erinevateks kulutusteks toidust kuni arvuti ostuni. Püüame selgitada erinevate kulutuste prioriteetsust erinevates sotsiaal-demograafilistes gruppides, samuti mitme tarbimiskäitumise koondnäitaja (indeksi) seost inimeste väärtusorientatsioonide, elulaadi ning identiteediga. Kolm viimatinimetatud aspekti on leidnud sageli käsitlust ka rahvusvahelistes tarbimisuuringutes, kuna tarbimine kui sotsiokultuuriline praktika on tihedalt seotud inimese väärtushinnangute, elulaadi ning identiteediga antud ühiskondlikus, kultuurilises ja majanduslikus ruumis. Neist mõistetest moodustub antud kontekstis teoreetiline tervik.

Peamiseks, n-ö makrotasandi eesmärgiks, on leida seoseid tarbimiskäitumise ning laiemate sotsiokultuuriliste eelistuste, käitumismustrite ja praktikate vahel, lähtudes eeldusest, et tarbimine on alati ka kultuuriloome ja kommunikatsioon. Samas on käesolev kvantitatiivne analüüs vaid

fragment tervikpildist, millest parema ettekujutuse annavad kvalitatiivsed uuringud, sh TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas teoksil olevad (nt K. Rahu magistritöö (2004) ja R. Roo bakalaureusetöö (2004)).

Ühe olulise mõistena, sh indeksi nimetusena, on kasutusel sõna *konsumerism*. See tuleneb inglisekeelsest sõnast *consumerism*, millel on mitmeid tähendusi. Enamasti pakuvad sõnaraamatud seletuseks *tarbijakaitseliikumine, tarbija huvide eest võitlemine* või ka *käsitlus, kus kasvavat tarbimist vaadeldakse majandussüsteemile kasuliku nähtusena*. Samas on sotsiaalteoorias ning inglise (osalt ka eesti) tavakeeles enam levinud konsumerismi kasutamine ennekõike sümbolilist väärtust omavaid kaupu haarava eneseväljendusliku tarbimise tähenduses. Sageli on tavakeeles sõnal ka halvustav tähendus (seda kannab eestikeelne vaste *tarbijalikkus*), mis seostub ületarbimise, keskkonnakahjude, autentse kultuuri hävimisega massikultuuri tingimustes ning paljude muude Lääne kriitilistele teooriatele omaste teemadega. Käesolevas aruandes kasutame konsumerismi mõistet eelkõige Z. Baumanist (1992) lähtuvalt. Bauman defineerib mõiste järgnevalt:

> Konsumerism tähendab sümboliliste kaupade tootmist, levitamist, ihaldamist, omandamist ja kasutamist. /.../ Tarbimine ei ole lihtsalt materiaalse ahnuse rahuldamine, kõhu täitmine. Küsimus on sümbolitega manipuleerimises väga mitmesugustel eesmärkidel. Elaviku tasandil on eesmärgiks identiteedi konstrueerimine, mina konstrueerimine ning teiste inimestega suhete konstrueerimine. Ühiskonna tasandil on eesmärk säilitada institutsioonide, gruppide, struktuuride ja muu taolise jätkuvus. Ning süsteemi tasandil on eesmärk kindlustada tingimuste taastootmine, milles kõik eelöeldu oleks võimalik (Bauman 1992: 223).

2. Analüüsimetoodikast

Empiirilises analüüsis lähtume küsimuste blokist *Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks*, milles vastajatel oli võimalus hinnata raha piisavust 23 kauba- või teenuseliigi eest tasumiseks 4-pallisel skaalal (*1 – Üldiselt jätkub, 2 – Mõnikord jätkub, mõnikord mitte, 3 – Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma, 4 – Ei vaja seda, ei kuluta sellele*). Kuna vastusevariantide jaotused näitavad eelkõige respondentide poolt tajutud rahalisi võimalusi ja piiranguid, mille detailsem vaatlus ei ole meie analüüsi peamine eesmärk, oleme tarbimisprioriteetide väljaselgitamiseks koostanud nn **kulutuste pingeread**, järjestades kaubad ja teenused nii kogu valimis kui peamistes sotsiaal-demograafilistes rühmades nende respondentide osakaalu alusel (suurimast protsendist väikseimani), kes vastasid, et neil või nende perel selle kauba või teenuse eest tasumiseks raha üldiselt jätkub. Tabelites 12.1–12.5 on toodud *Üldiselt jätkub* vastanute protsentuaalne osakaal ning kauba-teenuse koht pingereas. Lähtutud on eeldusest, et piiratud rahahulga tingimustes võib neid kaupu ja teenuseid, mis saavad pingerea ülaossa, pidada tinglikult prioriteetsemaks, st sellisteks tarbimisobjektideks, ilma milleta oma elu ette ei kujutata, mille jaoks raha leitakse esmajärjekorras. Pingerea tagaosas asuvad kaubad-teenused, mida tajutakse kas kõige kallimana või mida sotsiokultuurilise ja majanduslikus konteksti poolt mõjutatuna mõistetakse sellisena, et neist on piiratud raharessursi juures kas mõistlik, lihtsam või ka ootuspärasem loobuda (nt auto ostmine). Pingeridade variatiivsus sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes näitab sotsiokultuuriliselt tingitud kulutuste prioriteetide erinevusi. Samas ei anna antud küsitlus meile mõistagi andmeid selle kohta, missugune on nii nende kaupade, mida saadakse endale lubada, kui ka nende, milleks raha ei jätku, emotsionaalne ja sotsiaalne tähendus vastanute jaoks. Kaup, millest oldakse loobunud, võib olla unistuste objekt (nt reis) ja seega subjektiivses emotsionaalses pingereas esikohal, kuigi see reaalse ostuna ei pruugi teoks saada. Seega peegeldab antud pingerida pigem vastanute hinnangut selles osas, milleks üldiselt raha peab jätkuma, et antud ühiskondlikus tähenduses ruumis toime tulla.

Analüüsis on kesksel kohal ka kaks mõistet: konsumerism ja tarbimislik ükskõiksus. **Konsumerismi indeks** on moodustatud jaatavatest vastustest järgmiste tegevuste kohta esitatud väidetele (kokku 18 indikaatorit): meelelahutuslik eesmärgil ostukeskustes, kauplustes käimine; reklaami jälgimine; ilu ja tasakaalu leidmise eesmärgil reklaamide jälgimine; rõivaste ümmarguse laskmine; kindlate rõivafirmade, brändide eelistamine; rõivaste ostmine välismaal käies; rõivaste ostul sobivuse ning kaubamärgi olulisemaks pidamine hinnaga võrreldes; teadlik stiili järgimine ning disaineri nõuannete või sisustusalase kirjanduse kasutamine korteri sisustamisel; kodumaal välismaal puhkusereisil käimine; kindla firma kosmeetika eelistamine; isikliku juuksuri, kosmeetiku ja massööri olemasolu; jõusaalis, shapingugrupis aeroobikas käimine. Oluline on märkida, et konsumerismi indeksiga püüame mõõta tarbimise nende baasvajadusest eristuvat, eneseväljendusliku ja elustiiliga seotud aspekti, kus inimeste jaoks on rolli mängima tarbimise kultuuriline ja hedonistlik

pool (elustiilid, brändid, disain, aga ka nn šoppamine ja puhkusereisid).

Tarbimisliku ükskõiksuse (mittevajamise) indeks moodustus vastustest *Ei vaja seda, ei kuluta sellele* küsimuste blokis *Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks*. Põgusalt on analüüsis kasutatud ka **rahapuuduse (vajalikust loobumise) indeksit**, mis moodustus vastustest *Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma* samas küsimuste blokis.

3. Kulutuste prioriteedid

Minimaalsete variatsioonidega moodustavad kulutuste pingerea esikolmiku kõigis vaadeldud gruppides korralik toitumine, eluaseme kulud ning rohtude ostmine, tervise eest hoolitsemine. Pingerea järgmise kolme artikli (laste koolitamine, oma välimuse eest hoolitsemine, riiete ostmine) osas ilmnevad juba mõnevõrra suuremad gruppidevahelised erinevused. Pingerea viimased kaks kategooriat esinevad kõigis vastanute rühmades peaaegu ühesuguselt. Need on kõige kulukamana hinnatud reisimine ning auto ostmine, uuendamine (vt tabelid 12.1a–12.1c).

3.1. Rahvuslikud erinevused

Nn prioriteetsemates kauba-teenusekategooriates on nende venelaste osakaal, kel raha antud kauba või teenuse jaoks üldiselt jätkub, eestlaste osakaalust 10–15% võrra väiksem (vt tabel 12.1a). Huvitavad erinevused ilmnevad rahvuseti järgmistes kategooriates: ajakirjanduse tellimine asub eestlaste pingereas 7., venelastel aga 13.–15. kohal. Seevastu raamatute ostmisega on olukord vastupidine: eestlastel 16.–17. kohal ning venelastel 8. kohal. Erinevus on suur ka auto hooldamise puhul, mis on eestlastel 10., venelastel aga 18. kohal. Samuti torkab silma tõenäoliselt kultuurilisest erinevusest tingitud vahe lähisugulaste toetamise aspektis: eestlastel on see alles 21.–22. kohal, venelastel aga 11.–12. kohal.

3.2. Soolised erinevused

Võrreldes mehi ja naisi (tabel 12.1a) näeme, et naistel jätkub peaaegu kõigis kauba-teenusekategooriates raha üldiselt vähem kui meestel. Mõne tunnuse puhul ulatub erinevus isegi paarikümne protsendini. Näiteks välimuse eest hoolitsemine asub nii meeste kui naiste kulutuste pingereas sarnasel kohal (vastavalt 4. ja 5. koht). Meestest tunnistab 53%, et neil üldiselt jätkub raha välimuse eest hoolitsemiseks, naistest vastab samamoodi vaid 28%. Ilmselt on paljuski selle põhjuseks erinevad arusaamad sellest, mis on piisav välimuse eest hoolitsemine, ning nende teenuste erinev hind. Ligikaudu samasugune erinevus ilmneb ka riiete ostmise puhul. Üldiselt on erisused naiste ja meeste kulutuste pingeridades väiksemad, kui täheldasime rahvuse puhul. Suurimad erinevused esinevad tunnuse *Sportimiseks* puhul (meestel 10., naistel 14.–15. koht) ning õppimise ja enesetäiendamise puhul (meestel 15., naistel 10. koht).

3.3. Vanuselised erinevused

Vanusegruppide osas näeme (tabel 12.1a), et ootuspäraselt on nooremate seas (eriti vanusegrupis 15–19) pingerea ülaosas lastega (laste koolitamine ja laste harrastused) ning õppimisega seotud tarbimisotsused. Vanemates vanusegruppides need taanduvad ning asemele tulevad näiteks korteri sisustamise ja remondiga seotud kulutused. Lisaks suhteliselt muutumatutena püsivatele pingerea esi- ja lõpukolmikutele ei esine pingereas vanuserühmiti märkimisväärset kõikumist ka elustiilist sõltuvates tarbimisaspektides nagu näiteks raamatute ostmine, teatris ja kontserdil käimine, külaliste kutsumine ja kingituste tegemine.

3.4. Erinevused elukohati

Elukohtade lõikes (tabel 12.1b) näeme suuri protsentuaalseid erinevusi pingerea esikolmikus (toitumine, eluaseme kulud, rohud ja tervise eest hoolitsemine), kus vastuse *Üldiselt jätkub* osakaal erineb kõigi muude vastanute ning Kohtla-Järve, Sillamäe ja Narva elanike vahel 12–27% võrra (kõige enam eluaseme kulude osas). Üldtendentsina on nii Ida-Virumaa linnades kui ka maal elavate inimeste hulgas *Üldiselt jätkub* vastanute osakaal enamiku kaubakategooriate osas Tallinna, Tartu ja Pärnu ning nende ümbruse vastavatest näitajatest mõnevõrra madalam.

Suurimad erinevused kaupade-teenuste pingereas elukohtade lõikes on täheldatavad ajakirjanduse tellimise osas: maaelanikel on see 6. kohal, Ida-Virumaa linnades ning Tallinnas aga 9.–11. kohal. Olukord on vastupidine raamatute puhul (Tallinnas ja Ida-Virumaal 8.–9. kohal ning maal 20. kohal). Arvatavasti on siin põhjusena olulisem rahvuslik, mitte niivõrd regionaalne tagapõhi. Rahvuse tunnuse alusel enim eristunud lähisugulaste toetamine on erineva tähtsusega ka elukoha lõikes: näiteks maa- ja väikelinnade ning Tallinna,

Tabel 12.1a. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (keele-, soo- ja vanuserühmades)

Vastusevariandi *Üldiselt jätkub [raha]* % ja koht pingereas

	Kogu-valim		Keel				Sugu				Vanus											
			Eesti		Vene		Mehed		Naised		15–19		20–29		30–44		45–54		55–64		65–74	
N	1470		940		509		684		786		148		267		397		261		213		184	
	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht
Korralikuks toitumiseks	72	1.	78	1.	61	1.	78	1.	67	1.	80	1.	76	1.	75	1.	68	1.	69	2.	63	1.-2.
Eluaseme kuludeks	69	2.	77	2.	53	2.	71	2.	66	2.	76	2.	67	2.	68	2.	65	2.	76	1.	63	1.-2.
Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	55	3.	60	3.	43	3.	63	3.	47	3.	68	3.	59	3.	59	3.	49	3.	51	3.	41	3.
Oma välimuse eest hoolitsemiseks	40	4.	41	4.	36	4.	**53**	4.	**28**	5.	51	5.-6.	44	4.	41	5.	40	4.	34	5.	26	4.
Riiete ostmiseks	34	5.	37	5.	29	6.-7.	45	5.	24	6.	49	7.	37	5.	32	7.	35	5.	37	4.	15	6.
Laste koolitamiseks	33	6.	34	6.	30	5.	37	6.	29	4.	66	**4.**	28	**7.**	48	**4.**	31	**6.**	14	**12.-13.**	3	**16.-20.**
Ajakirjanduse tellimiseks	28	7.	33	**7.**	17	**13.-15.**	34	7.	22	7.-8.	37	10.	23	12.-15.	26	9.	30	7.	32	6.	21	5.
Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	26	8.	25	8.-9.	29	6.-7.	32	8.	22	7.-8.	45	8.	32	6.	29	8.	23	8.	21	7.	10	7.-8.
Laste harrastusteks	24	9.	25	8.-9.	22	9.	28	9.	20	9.	43	**9.**	23	**12.-15.**	37	**6.**	21	**9.**	9	**19.**	1	**21.-23.**
Õppimiseks, enesetäiendamiseks	20	10.	20	11.-13.	19	10.	23	**15.**	17	**10.**	51	**5.-6.**	24	**10.-11.**	19	**13.**	19	**10.-11.**	10	**18.**	3	**16.-20.**
Sportimiseks	19	11.-13.	20	11.-13.	17	13.-15.	26	**10.**	12	**14.-15.**	36	11.-12.	25	8.-9.	21	11.-12.	15	14.-15.	13	14.-17.	2	21.
Meelelahutuseks, harrastusteks	19	11.-13.	20	11.-13.	17	13.-15.	24	11.-14.	15	11.	36	11.-12.	25	8.-9.	17	15.	15	14.-16.	16	11.	8	9.
Teatris, kontserdil käimiseks	19	11.-13.	19	14.	18	11.-12.	24	11.-14.	14	12.	27	14.	23	12.-15.	22	10.	18	12.-13.	14	12.-13.	6	10.-11.
Raamatute ostmiseks	18	14.-15.	14	**16.-17.**	25	**8.**	24	11.-14.	12	14.-15.	29	13.	23	12.-15.	18	14.	18	12.-13.	13	14.-17.	5	12.-14.
Auto hooldamiseks, sõitmiseks	18	14.-15.	21	**10.**	12	**18.**	24	11.-14.	13	13.	25	15.	16	16.	21	11.-12.	19	10.-11.	17	10.	4	15.
Uue olmetehnika muretsemiseks	15	16.	15	15.	14	16.-17.	19	16.	11	16.-17.	18	19.	15	17.	15	16.-17.	15	14.-16.	19	8.	6	10.-11.
Kohvikus, restoranis käimiseks	14	17.	14	16.-17.	14	16.-17.	18	17.	11	16.-17.	23	16.	24	10.-11.	15	16.-17.	9	20.	7	21.-23.	3	16.-20.
Lähisugulaste toetamiseks	12	18.	8	**21.-22.**	18	**11.-12.**	14	19.	10	18.	21	17.	11	18.	9	20.	13	17.	13	14.-17.	5	12.-14.
Remondiks	11	19.	11	18.-19.	9	19-20.	15	18.	7	19.-20.	13	**22.**	9	**19.-21.**	10	**19.**	8	**21.**	18	**9.**	10	**7.-8.**
Arvuti ostuks, hooldamiseks, täiustamiseks	10	20.	11	18.-19.	7	22.	12	21.	7	19.-20.	20	18.	9	19.-21.	11	18.	10	18.-19.	7	21.-23.	1	21.-23.
Korteri meelepäraseks sisustamiseks	9	21.	9	20.	9	19-20.	13	20.	6	21.-22.	14	**21.**	9	**19.-21.**	8	**21.**	10	**18.-19.**	13	**14.-17.**	5	**12.-14.**
Reisimiseks	8	22.	8	21.-22.	8	21.	10	22.	6	21.-22.	16	20.	7	22.	7	22.	7	22.	8	20.	3	16.-20.
Auto ostmiseks, uuendamiseks	6	23.	6	23.	4	23.	7	23.	4	23.	9	23.	4	23.	7	23.	5	23.	7	21.-23.	1	21.-23.

Paksu kirjaga on esile tõstetud märkimisväärsed erinevused võrreldavate rühmade vahel.

Tabel 12.16. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (elukoharühmades)

Vastusevariandi *[illegible] jätkub (raha)* % ja koht pingereas

	Koguvalim		Elukoht													
			Tallinn		Tartu, Pärnu		Tln, Trt, Pärnu ümbrus		Narva, K-Järve, Sillamäe		Väikelinn		Maa			
N	1470		453		166		186		177		276		324			
	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht		
Korralikuks toitumiseks	72	1.	77	1.	71	2.	77	1.	53	1.	75	1.	73	1.-2.		
Eluaseme kuludeks	69	2.	71	2.	72	1.	70	2.	**46**	2.	73	2.	73	1.-2.		
Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	55	3.	59	3.	57	3.	60	3.	41	3.	54	3.	53	3.		
Oma välimuse eest hoolitsemiseks	40	4.	43	4.	44	4.	42	4.	37	4.	37	4.-5.	36	4.		
Riiete ostmiseks	34	5.	38	5.	41	5.	36	5.-6.	27	5.	31	6.	31	7.		
Laste koolitamiseks	33	6.	33	6.-7.	33	6.	33	7.	26	6.	37	4.-5.	35	5.		
Ajakirjanduse tellimiseks	28	7.	26	**9.-10.**	32	**7.**	36	**5.-6.**	16	**10.-11.**	28	**7.**	32	**6.**		
Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	26	8.	33	6.-7.	30	8.	25	9.	23	7.	25	8.-9.	18	10.-11.		
Laste harrastusteks	24	9.	26	9.-10.	24	9.	27	8.	20	8.-9.	25	8.-9.	22	8.		
Õppimiseks, enesetäiendamiseks	20	10.	23	14.	21	12.-13.	19	13.-14.	16	10.-11.	19	12.	18	10.-11.		
Sportimiseks	19	11.-13.	24	11.-13.	22	11.	19	13.-14.	13	13.-15.	20	11.	13	12.-14.		
Meelelahutuseks, harrastusteks	19	11.-13.	24	11.-13.	23	10.	21	11.-12.	13	13.-15.	17	13.	13	12.-14.		
Teatris, kontserdil käimiseks	19	11.-13.	24	11.-13.	21	12.-13.	21	11.-12.	15	12.	16	14.	12	15.		
Raamatute ostmiseks	18	14.-15.	27	**8.**	15	**16.**	15	**16.-17.**	20	**8.-9.**	13	**16.**	7	**20.**		
Auto hooldamiseks, sõitmiseks	18	14.-15.	19	15.	14	17.	24	**10.**	6	**20.-21.**	21	**10.**	19	**9.**		
Uue olmetehnika muretsemiseks	15	16.	18	16.-1.7	16	15.	17	15.	12	16.-17.	11	17.-18.	13	12.-14.		
Kohvikus, restoranis käimiseks	14	17.	17	18.	18	14.	15	16.-17.	13	13.-15.	14	15.	8	18.-19.		
Lähisugulaste toetamiseks	12	18.	18	**16.-17.**	9	19.	8	**22.**	12	**16.-17.**	10	**19.-20.**	6	**21.-22.**		
Remondiks	11	19.	13	19.	9	20.	11	18.-19.	11	18.	11	17.-18.	9	16.-17.		
Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	10	20.	12	20.	8	21.	10	20.	4	22.	10	19.-20.	9	16.-17.		
Korteri meelepäraseks sisustamiseks	9	21.	11	21.-22.	13	18.	11	18.-19.	6	20.-21	8	21.	8	18.-19.		
Reisimiseks	8	22.	11	21.-22.	6	22.	9	21.	7	19.	7	22.	6	21.-22.		
Auto ostmiseks, uuendamiseks	6	23.	7	23.	5	23.	7	23.	1	23.	6	23.	5	23.		

Paksu kirjaga on esile tõstetud märkimisväärsed erinevused võrreldavate rühmade vahel.

Tartu ja Pärnu ümbruse elanike seas (kes on valdavalt eestlased) on see kuluartikkel 19.–22. kohal, samas kui Sillamäel, Kohtla-Järvel, Narvas ja Tallinnas (kus venelaste osakaal on kõrge) on lähisugulaste toetamine 16.–17. kohal. Pingereas ilmneb suur erinevus ka auto hooldamise aspektis: maal, väikelinnades ning Tallinna, Tartu ja Pärnu ümbruses on see 9. või 10. kohal, samas Ida-Virumaa linnades 20.–21. kohal. Ilmselgelt on maal ja suurlinnade ümbruses elavatel inimestel vajadus auto järele suurem, kuid kindlasti mängib siin rolli ka Ida-Virumaa suuresti venekeelse elanikkonna tuntavalt madalam elatustase.

3.5. Hariduslikud erinevused

Hariduse lõikes (tabel 12.1c) võib täheldada, et *Üldiselt jätkub* vastanute osakaal ei erine märkimisväärselt alg- või põhiharidusega ning keskharidusega vastanute vahel (v.a tunnuse *Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks* puhul). Samas nende osakaal, kel mitmesugusteks kaupadeks ja teenusteks raha üldiselt piisab, kasvab hüppeliselt kõrgharidusega vastanute puhul (v.a eelmainitud tervise tunnus). Erinevused ongi suurimad pingerea esiosas. Kui näiteks neid, kel korralikuks toitumiseks raha üldiselt jätkub, on alg- või põhiharidusega vastanute seas vaid 63%, siis kõrghariduse puhul tõuseb vastav osakaal 87%-ni. Kaupade-teenuste pingereas väga tähelepanuväärseid erinevusi pole, v.a kultuuritarbimise – haridusest ehk enim mõjutatud kulutuste rühma – osas. Näiteks teatris ja kontserdil käimine on kõrgharidusega vastanute jaoks 9. kohal, alg- või põhiharidusega inimeste jaoks aga 15.–17. kohal. Samas ei ole erinevus nii suur raamatute ostmise puhul (vastavalt 10.–12. ja 13.–14. koht). Suurim on erinevus laste harrastuste osas: kõrgharidusega vastanute jaoks on see 15. kohal, alg- kuni keskharidusega inimeste seas aga 8.–10. kohal. Võib oletada, et kõrgharidusega vastanute seas kasvab laste koolitamiseks ning harrastusteks olemasolevate võimaluste paljususe tajumine, mistõttu rahalisi ressursse laste arendamiseks peetakse suhteliselt vähepiisavaks.

3.6. Erinevused sissetulekurühmade lõikes

Sissetulekugruppide osas (tabel 12.1c) on mistahes kauba või teenuse tarbeks raha üldiselt jätkuvaks hinnanute osakaalud ootuspäraselt kõige erinevamad, üldjuhul mitmekümne protsendi võrra. Kui kuni 1500-kroonise kuusissetulekuga grupis jätkub korralikuks toitumiseks raha üldiselt 52%-l vastanutest, siis alates 4000-kroonisest kuusissetulekust on vastav osakaal juba üle 90%. Veelgi drastilisema näitena jätkub vähima sissetulekuga grupis oma välimuse eest hoolitsemiseks raha üldiselt 19%-l vastanuist, samal ajal kui suurimas tulugrupis on vastav osakaal 80%. Sissetulekurühmade kulutuste pingeridades ilmnevad suurimad erinevused lastega seonduvate teenuste osas. Vähima sissetulekuga grupis on laste koolitamine 4. kohal, suurimas sissetulekugrupis aga 16. kohal. Sama kehtib laste harrastuste puhul: vastavalt 5. ja 19. koht. Suurimates tulugruppides asetseb lastega seotu pingereas korteri sisustamise ja remondiga kõrvuti, samas kui madalaima sissetulekuga rühmades paiknevad kulutused lastele kõrvuti tervise ning oma välimuse eest hoolitsemisega pingeridade tipus. Fenomeni seletus on üsna proosaline: 75% kõrgeimasse tulurühma kuuluvate vastajate peredes ei ole alla 18-aastaseid lapsi.

4. Kulutuste prioriteedid äärmistes sissetulekurühmades

Analüüsimaks, kuivõrd lisaks objektiivsetele majapidamalustele (sissetuleku suurus) mõjutavad inimeste tarbimiseelistusi teatud sotsiaal-demograafilised tunnused, koostasime kulutuste pingeridade madalaima (kuni 1500 krooni pereliikme kohta kuus; tabel 12.2) ja kõrgeima (üle 6000 krooni; tabel 12.3) sissetulekurühma piires rahvuse, soo ja haridustaseme lõikes.

Tuleb täheldada, et esmatarbekaupade osas (korralik toit, eluaseme kulud, arstimid) erinevad eestlaste–venelaste hinnangud raha piisavusele ka sama sissetulekurühma piires, seda eeskätt väiksemate sissetulekuga rühmas, kuhu kuuluvad venelased kalduvad sagedamini vastama, et on pidanud nendest kaupadest loobuma (nt väidab 15% pereliikme kohta kuni 1500 krooni teenivatest venelastest, et on pidanud loobuma korralikust toidust; sama sissetulekuga eestlaste hulgas on vastav osakaal 5%). Eestlaste–venelaste kulutuste pingeridades valitsevad suurimad erinevused ajakirjanduse tellimise ja raamatute ostmise osas: nii madalaimas kui kõrgeimas tulurühmas kulutavad eestlased raha pigem ajakirjandusele, venelased aga raamatutele (jõukaimate venelaste tarbimisorientatsioonide pingereas on raamatud kogumi 3.–5. kohal). Lähisugulaste toetamine on madalaimas sissetulekurühmas venelaste jaoks olulisemal kohal (12.–13., eestlastel 20.–22. koht), kõrgeimas tulurühmas on see erinevus kadunud.

Meeste–naiste võrdluses väärib märkimist ka sama sissetulekurühma piires on naiste hinnangud raha piisavusele üldiselt pessimistlikumad (nt väidab 80% kõrgeimasse tulurühma kuuluvatest

Tabel 12.1c. Eesti tarbijate kulutuste prioriteedid (haridus- ja sissetulekurühmades)

Vastusevariandi *Üldiselt jätkub [raha]* % ja koht pingereas

	Koguvalim		Haridus						Sissetulek pereliikme kohta									
			Alg, põhi		Kesk		Kõrg		Kuni 1500		1501–2500		2501–4000		4001–6000		Üle 6000	
N	1470		326		807		294		480		406		295		154		83	
	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht
Korralikuks toitumiseks	72	1.	**63**	1-2.	**70**	1.	**87**	1.	**52**	1.-2.	**73**	1.	**87**	1.	**93**	1.	**94**	1.
Eluaseme kuludeks	69	2.	63	1.-2.	66	2.	81	2.	52	1.-2.	70	2.	79	2.	87	2.	93	2.
Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	55	3.	53	3.	44	3.	53	4.	34	3.	52	3.	71	3.	79	3.	84	3.
Oma välimuse eest hoolitsemiseks	40	4.	32	4.-5.	38	4.	54	3.	**19**	6.	**36**	4.	**55**	4.	**64**	4.	**80**	4.
Riiete ostmiseks	34	5.	28	6.	30	6.	51	5.	17	7.	25	6.-7.	50	5.	55	5.	73	5.
Laste koolitamiseks	33	6.	32	4.-5.	32	5.	35	8.	31	**4.**	27	**5.**	39	**7.**	33	**10.**	43	**16.**
Ajakirjanduse tellimiseks	28	7.	23	7.	25	7.	42	6.	13	8.	25	6.-7.	38	7.	42	7.	63	7.
Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	26	8.	21	8.	24	8.-9.	37	7.	12	9.	20	8.	36	8.	47	6.	65	6.
Laste harrastusteks	24	9.	19	**9.-10.**	24	**8.-9.**	27	**15.**	20	**5.**	19	**9.**	32	**9.**	25	**17.**	39	**19.**
Õppimiseks, enesetäiendamiseks	20	10.	19	9.-10.	17	10.	30	10.-12.	11	10.	14	12.	30	10.	27	13.-15.	49	14.-15.
Sportimiseks	19	11.-13.	15	12.	16	11.-14.	30	10.-12.	7	12.-15.	15	10.-11.	22	15.	32	11.-12.	58	8.-10.
Meelelahutuseks, harrastusteks	19	11.-13.	16	11.	16	11.-14.	28	14.	8	11.	15	10.-11.	25	13.	32	11.-12.	58	8.-10.
Teatris, kontserdil käimiseks	19	11.-13.	11	**15.-17.**	16	**11.-14.**	34	**9.**	7	12.-15.	12	13.-14.	28	11.	36	8.-9.	55	13.
Raamatute ostmiseks	18	14.-15.	**13**	13.-14.	**16**	11.-14.	**30**	10.-12.	7	12.-15.	12	13.-14.	27	12.	27	13.-15.	57	11.
Auto hooldamiseks, sõitmiseks	18	14.-15.	13	13.-14.	15	15.	29	14.	7	12.-15.	11	15.	23	14.	36	8.-9.	58	8.-10.
Uue olmetehnika muretsemiseks	15	16.	11	15.-17.	13	16.	23	17.	6	16.	10	16.	18	16.-17.	26	16.	49	14.-15.
Kohvikus, restoranis käimiseks	14	17.	11	15.-17.	11	17.	24	16.	5	17.	9	17.	17	18.	27	13.-15.	56	12.
Lähisugulaste toetamiseks	12	18.	10	18.-19.	9	18.-19.	22	18.	4	18.-19.	6	19.-20.	18	16.-17.	21	18.	37	20.
Remondiks	11	19.	10	18.-19.	9	18.-19.	17	21	4	18.-19.	7	18.	13	19.	19	20.-21.	41	17.
Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	10	20.	6	22.	7	20.-21.	18	19.-20.	3	20.-22.	6	19.-20.	11	20.-21.	20	19.	36	21.
Korteri meelepäraseks sisustamiseks	9	21.	8	20.	7	20.-21.	18	19.-20.	3	20.-22.	5	21.-22.	11	20.-21.	19	20.-21.	40	18.
Reisimiseks	8	22.	7	21.	6	22.	13	22.	3	20.-22.	5	21.-22	9	22.	15	22.	31	22.
Auto ostmiseks, uuendamiseks	6	23.	4	23.	4	23.	11	23.	2	23.	3	23.	5	23.	12	23.	26	23.

Paksu kirjaga on esile tõstetud märkimisväärsed erinevused võrreldavate rühmade vahel.

Tabel 12.2. Kulutuste pingerida madalaimas sissetulekurühmas (kuni 1500 EEK)

Vastusevariandi *Üldiselt jätkub [raha]* % ja koht pingereas

	Kogu-valim		Keel				Sugu				Haridus					
			Eesti		Vene		Mehed		Naised		Alg-, põhi		Kesk		Kõrg	
N	480		299		181		198		282		142		277		47	
	%	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**	**%**	**Koht**
Korralikuks toitumiseks	52	1.-2.	**61**	2.	**37**	1.	58	1.	48	2.	54	1.	50	2.	57	1.
Eluaseme kuludeks	52	1.-2.	**63**	1.	**35**	2.	53	2.	52	1.	53	2.	52	1.	50	2.
Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	34	3.	**41**	3.	**23**	3.-4.	41	3.	30	3.-4.	35	3.	33	3.	41	3.
Laste koolitamiseks	31	4.	36	4.	23	3.-4.	33	4.	30	3.-4.	31	4.	31	4.	30	4.
Laste harrastusteks	20	5.	22	5.	17	5.	22	7.	18	5.	17	6.-7.	20	5.	17	8.-11.
Oma välimuse eest hoolitsemiseks	19	6.	20	6.	16	6.	28	5.	12	6.-8.	17	6.-7.	17	6.	28	5.-6.
Riiete ostmiseks	17	7.	18	7.	14	7.-8.	24	6.	12	6.-8.	18	5.	16	7.	17	8.-11.
Ajakirjanduse tellimiseks	13	8.	17	**8.**	6	**14.-15.**	17	8.	10	9.-10.	11	10.	11	8.-9.	28	5.-6.
Külaliste kutsumiseks, kingitusteks	12	9.	11	9-.10.	14	7.-8.	14	9.	12	6.-8.	12	9.	11	8.-9.	13	12.-14.
Õppimiseks, enesetäiendamiseks	11	10.	11	9.-10.	11	10.	12	10.	10	9.-10.	13	8.	10	10.	9	15.-16.
Meelelahutuseks, harrastusteks	8	11.	8	13.	6	14.-15.	8	15.-16.	7	11.	6	12.-14.	5	15.-16.	17	8.-11.
Sportimiseks	7	12.-15.	9	12.	4	16.	10	14.	6	12.	8	11.	6	13.-14.	13	12.-14.
Teatris, kontserdil käimiseks	7	12.-15.	7	14.	8	11.	11	11.-13.	5	13.-15.	4	15.-19.	6	13.-14.	19	1.
Raamatute ostmiseks	7	12.-15.	3	**20.-22.**	13	**9.**	11	11.-13.	4	16.-20.	4	15.-19.	5	15.-16.	17	8.-11.
Auto hooldamiseks, sõitmiseks	7	12.-15.	10	11.	3	17.-21.	11	11.-13.	5	13.-15.	6	12.-14.	7	11.-12.	9	16.-18.
Uue olmetehnika muretsemiseks	6	16.	5	16.	7	12.-13.	8	15.-16.	5	13.-15.	4	15.-19.	7	11.-12.	7	18.
Kohvikus, restoranis käimiseks	5	17.	6	15.	3	17.-21.	6	17.-18.	4	16.-20.	6	12.-14.	3	17.-21.	9	16.-18.
Lähisugulaste toetamiseks	4	18.-19.	3	**20.-22.**	7	**12.-13.**	5	19.-20.	4	16.-20.	4	15.-19.	3	17.-21.	13	12.-14.
Remondiks	4	18.-19.	4	17.-19.	3	17.-21.	6	17.-18.	3	21.-22.	4	15.-19.	3	17.-21.	11	18.
Korteri meelepärase sisustamiseks	3	20.-22.	3	20.-22.	3	17.-21.	2	22.-23.	4	16.-20.	3	20.	2	22.	6	20.-22.
Reisimiseks	3	20.-22.	4	17.-19.	3	17.-21.	5	19.-20.	3	21.-22.	2	21.	3	17.-21.	6	20.-22.
Arvuti ostuks, hooldamiseks, täiustamiseks	3	20.-22.	4	17.-19.	2	22.	3	21.	4	16.-20.	1	22.-23.	3	17.-21.	4	22.-23.
Auto ostmiseks, uuendamiseks	2	23.	2	23.	1	23.	2	22.-23.	2	23.	1	22.-23.	1	23.	4	22.-23.

Paksu kirjaga on esile tõstetud märkimisväärsed erinevused võrreldavate rühmade vahel.

meestest, et riiete ostmiseks raha üldiselt jätkub, naistest on samal arvamusel 61%). Kulutuste pingeridades meeste-naiste vahel väga suuri erinevusi ei ole, v.a sportimise osas, mis kõrgeimas tulurühmas on meeste jaoks tunduvalt olulisem.

Sama sissetulekurühma piires mõjutab inimeste tarbimisorientatsioone vaadeldud sotsiaal-demograafilistest tunnustest enim haridus, eriti kõrghariduse omamine. Madalaimas ja kõrgeimas tulurühmas ilmnevad seejuures teatud eripärad. Väikseima kuusissetulekuga inimeste hulgas (tabel 12.2) paistavad kõrgharidusega vastajad silma tugevama orienteerituse poolest ajakirjanduse tellimisele, teatris-kontserdil käimisele, raamatute ostmisele ja lähisugulaste toetamisele, samal ajal kui kulutused külalistele-kingitustele, õppimisele-enesetäiendamisele, auto ülalpidamisele, lastele harrastustele ning riiete ostmisele on nende tarbimisorientatsioonide pingereas võrreldes kesk- ja algh- või põhiharidusega inimestega mõnevõrra tagapool. Kõrgharidusega vastajate suhteliselt pessimistlikum hinnang raha piisavusele laste huvi-

Tabel 12.3. Kulutuste pingerida kõrgeimas sissetulekurühmas (üle 6000 EEK)

Vastusevariandi *Üldiselt jätkub [raha]* % ja koht pingereas

	Kogu-valim		Keel				Sugu				Haridus					
			Eesti		Vene		Mehed		Naised		Alg-, põhi		Kesk		Kõrg	
N	83		70		13		55		28		13		19		51	
	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	Koht	%	K
Korralikuks toitumiseks	94	1.	96	1.-2.	85	2.	98	1.	86	2.	92	1.-2.	89	1.	96	2.
Eluaseme kuludeks	93	2.	96	1.-2.	77	3.-5.	95	2.	90	1.	92	1.-2.	74	2.	100	1.
Rahatudeks, tervise eest hoolitsemiseks	84	3.	83	3.	92	1.	87	3.	79	3.	77	4.	67	3.	92	3.
Oma välimuse eest hoolitsemiseks	80	4.	80	4.	77	3.-5.	84	4.	72	4.	69	5.	58	5.-7.	90	4.
Riiete ostmiseks	73	5.	73	5.	69	6.	**80**	5.	**61**	6.	46	**13.-14.**	58	5.-7.	84	5.
Külaliste kutsumiseks, kingituste ostmiseks	65	6.	66	6.-7.	62	7.-11.	63	8.-9.	68	5.	85	3.	42	12.-13.	68	6.
Ajakirjanduse tellimiseks	63	7.	66	**6.-7.**	46	**14.-17.**	69	6.	52	9.	62	6.-11.	58	5.-7.	65	8.
Sportimiseks	58	8.-10.	60	8.	46	14.-17.	66	**7.**	43	**13.-14.**	62	6.-11.	37	14.-17	63	10.
Meelelahutuseks, harrastusteks	58	8.-10.	57	9.-10.	62	7.-11.	63	8.-9.	46	11.-12.	62	6.-11.	47	8.-9.	60	11.
Auto hooldamiseks, ostmiseks	58	8.-10.	57	9.-10.	62	7.-11.	59	10.-13.	55	7.	62	6.-11.	37	14.-17.	64	9.
Raamatute ostmiseks	57	11.	54	**13.**	77	**3.-5.**	59	10.-13.	54	8.	39	15.-19.	63	**4.**	58	13.
Kohvikus, restoranis käimiseks	56	12.	55	12.	62	7.-11.	59	10.-13.	50	10.	62	6.-11	47	8.-9.	59	12.
Teatris, kontserdil käimiseks	55	13.	56	11.	54	12.-13.	59	10.-13.	46	11.-12.	39	15.-19.	37	14.-17.	66	**7.**
Õppimiseks, enesetäiendamiseks	49	14.-15.	50	14.	46	14.-17.	55	14.	39	15.-16.	62	6.-11.	37	14.-17.	51	15.
Uue olmetehnika muretsemiseks	49	14.-15.	49	15.	54	12.-13.	54	15.	43	13.-14.	39	15.-19.	42	12.-13.	54	14.
Laste koolitamiseks	43	16.	40	17.-18.	62	7.-11.	44	18.	39	15.-16.	54	12.	44	10.-11.	37	**20.**
Remondiks	41	17.	41	16.	39	18.-21.	47	17.	30	18.	23	20.-22.	32	18.-19.	48	17.
Kontori meelepäraseks sisustamiseks	40	18.	40	17.-18.	39	18.-21.	49	16.	21	22.	23	20.-22.	22	20.	50	16.
Laste harrastusteks	39	19.	39	19.-20.	46	14.-17.	41	19.-20.	36	17.	46	13.-14.	44	10.-11.	35	**22.**
Lähisugulaste toetamiseks	37	20.	37	21.	39	18.-21.	41	19.-20.	29	19.-20.	39	15.-19.	21	21.-22.	43	18.
Arvuti ostuks, hooldamiseks, täiustamiseks	36	21.	39	19.-20.	23	23.	39	21.	29	19.-20.	23	20.-22.	32	18.-19.	42	19.
Reisimiseks	31	22.	31	22.	31	22.	33	22.	25	21.	39	15.-19.	16	23.	36	21.
Auto ostmiseks, uuendamiseks	26	23.	23	23.	39	18.-21.	32	23.	17	23.	21	23.	21	21.-22.	30	23.

Paksu kirjaga on esile tõstetud märkimisväärsed erinevused võrreldavate rühmade vahel.

tuneks on tõenäoliselt seotud teravamalt tajutud vastuluna väikese kuusissetuleku ning laste hulgegavuse vajalikkuse, võimaluste paljususe ning kulluduse vahel: kõige sagedamini (39% juhtudest) nimetavad selle vastajarühma esindajad, et laste harrastusteks raha mõnikord jätkub, mõnikord mitte.

Suurima kuusissetulekuga inimeste hulgas (tabel 12.3) asetavad kõrgharidusega vastajad teatris ja kontserdil käimise oma tarbimisorientatsioonide pingereas samuti suhteliselt kõrgele kohale, varna ei saa aga väita lähisugulaste toetamise ega raamatute ostmise kohta (viimase poolest paistavad kõrgeimas tulurühmas silma keskharidusega vastajad, kelle kulutuste pingereas on raamatute ostmine 4. kohal). Märkimisväärne erinevus ilmneb riiete ostmise puhul: kõrg- ja keskharidusega vastajate tarbimisorientatsioonide pingereas paiknevad kulutused riiete ostmisele suhteliselt olulisel (vastavalt 5. ning 5.–7. kohal), alg- või põhiharidusega respondentide hulgas aga alles 13.–15. kohal. Jõukaimate kõrgharidusega inimeste märkimisväärne eripära avaldub laste koolitamiseks ja harrastusteks tehtavate kulutuste asetumises

tarbimisorientatsioonide pingerea lõpuossa – vastavalt 20. ja 22. kohale. Nagu eelpool (alaosas 3.6), võib seda nähtust ka siinkohal seletada asjaoluga, et 82% selle vastajarühma peredes ei ole alla 18-aastasi lapsi (kõrgeimas tulurühmas tervikuna ei ole alaealisi lapsi 75% peredes).

5. Eelistused kaubagruppide osas

Lisaküsimustele rõivaste ja kosmeetika tarbimise spetsiifika kosta vastasid ainult need, kes olid eelnevalt küsimustele *Kas Teil jätkub raha riiete ostmiseks / oma välimuse eest hoolitsemiseks?* valinud vastusevariandi *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (kokku vastavalt 82% ja 70%).

Kaasaegsetes tarbimiskultuuri ja ka turunduse käsitlustes peetakse kasvavaks trendiks enese identifitseerimist ning elustiili konstrueerimist läbi mitmesuguste brändide. Rõivad on kahtlemata üks olulisemaid elustiili ja eneseväljendusega seotud tarbimisartikleid. Huvitav on jälgida tarbijate rõivabrändilojaalsuse (küsimus: *Kas on kindlad rõivafirmad, brändid, mida eelistate?*) seost sotsiaal-demograafiliste tunnustega (vt lisatabelid 12.1a ja 12.1b). Näiteks on kindla eelistusega tarbijate osakaal suurem meeste hulgas (21%, naiste seas 14%) ning venelaste hulgas (21%, eestlaste seas 15%). Kindla rõivabrändi eelistusega vastanute osakaal on ootuspäraselt suurim noorima eagrupi hulgas (33%) ning vähim vanimate vastanute hulgas (5%). Nagu nähä, on nooremad põlvkonnad tuntavalt sotsialiseeritud lääneliikku, paljuski brändikesksesse tarbimismaailma. Elukohtade lõikes on kindla brändi valijaid jällegi ootuspäraselt enim Tallinnas (24%) ning kõige vähem maal (11%). Samuti on olemas selge seos brändieelistajate osakaalu kasvu ning sissetuleku vahel. Vähimas tulugrupis on nende osakaal vaid 13%, suurimas aga 32%. Mõistagi on suurema sissetulekuga tarbijatel rõivaste osas suurem valikuvõimalus ning seega eeldused oma brändieelistuste väljakujundamiseks.

Pilt on mõnevõrra erinev kosmeetika puhul (lisatabelid 12.1a ja 12.1b), millel on juba sõnana tuntav feminiinne konnotatsioon. Ootuspäraselt eelistab kindla firma kosmeetikat rohkem naisi (30%) ja vähem mehi (15%). Samuti on kindla eelistusega tarbijaid enam venelaste (29%) kui eestlaste (19%) seas. Eagrupiti on olukord samasugune kui rõivaste puhul: vanuserühmas 15–19 on kindla eelistajaid 29% ning rühmas 65–74 vaid 14%. Elupaigati on kindla firma kosmeetika eelistajaid enim Ida-Virumaa linnades (30%). Huvitav on märkida, et kui rõivaste puhul kasvas kindla brändi eelistajate osakaal sissetulekugrupiti tuntavalt, siis kosmeetika puhul sama täheldatav ei ole. Madalaima tuluga grupis on eelistajate osakaal 25% ning suurima tuluga rühmas 21%.

Tunnuse *Kas ostate rõivaid ka välismaal käies?* puhul on suurim erinevus just tulugruppides (lisatabel 12.1b). Kui kuni 1500-kroonise sissetulekuga grupis ostavad välismaalt riideid 19% vastanuist, siis üle 6000-kroonise tuluga grupis on vastav näitaja 50%.

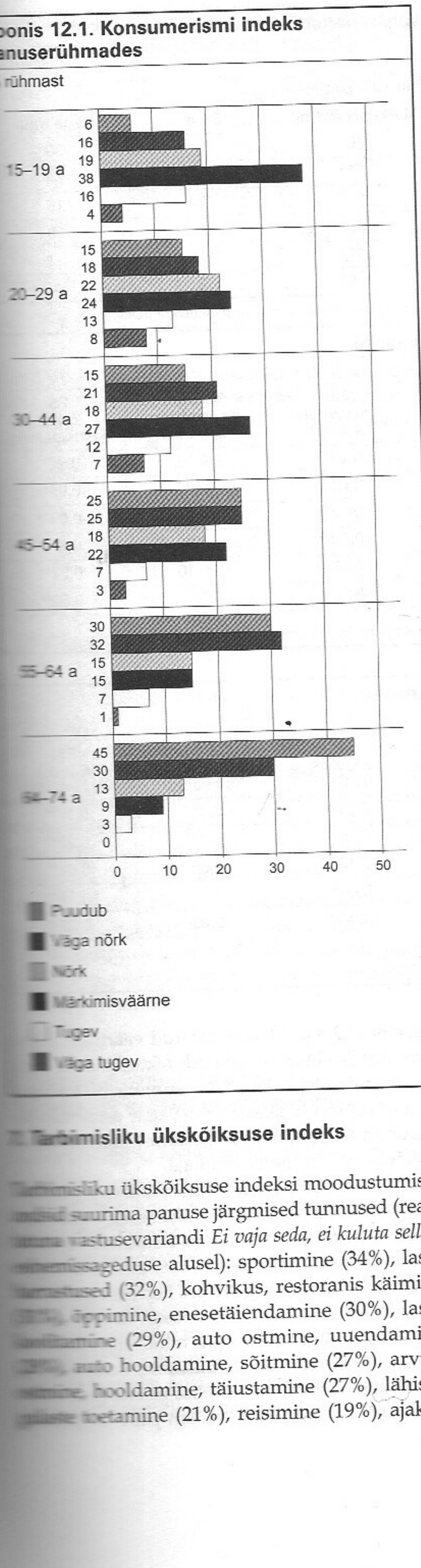
Võrreldes rõivaste ostul hinna ja sobivuse olulisust, peab umbes pool vastanuist (praktiliselt kõigi sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes) võrdselt oluliseks mõlemat (lisatabelid 12.1a ja 12.1b). Kõige vähem peetakse hinda sobivusest olulisemaks vanuserühmas 20–29 (7%) ning enim tähtsustab hinda vanim rühm (23%). Samas on 20–29-aastaste vanuserühmas 39% neid, kes peavad hinda olulisemaks kui kaubamärki. Ka kõige suurema tuluga rühmas on hinna kaubamärgist tähtsamaks pidajaid 33% ning kaubamärgi tähtsustajaid kõigest 19%, samas kui sobivust peab hinnast tähtsamaks selles tulurühmas 47%.

6. Konsumerism

Erinevalt tarbimise mitmest muust aspektist (vt ülal), kus rahvus mängis küllaltki suurt eristavat rolli, näeme konsumerismi indeksi puhul eestlaste ja venelaste jaotuse sarnasust (lisatabel 12.1b). Kummaski grupis on väga tugeva konsumerismiga inimesi vaid mõni protsent (eestlastest 4%, venelastest 5%) ning konsumeristlik praktika puudub 22%-l vastanuist. Ka naiste ja meeste vahel puuduvad siin suured erinevused. Seevastu on grupiti kerkivad esile väga suured erisused (vt joonis 12.1): märkimisväärne kuni väga tugev konsumerism esineb 58%-l 15–19-aastastest vastanuist, kõige vanemate hulgas on sama osakaal vaid 12%.

Ootuspäraselt ilmnevad suured erinevused ka sissetulekugruppides (lisatabel 12.1b). Märkimisväärsest kuni väga tugeva konsumerismiga vastajaid meile paigutub madalaima tuluga grupis kokku 25%, suurima tuluga rühmas aga tervelt 63% vastanuist. Ka elukohtade lõikes on küllaltki suured erinevused. Märkimisväärsest kuni väga tugeva konsumerismiga vastajaid on Tallinnas 47%, Ida-Virumaa linnades 33% ning maal kõigest 27%. Sama suured erisused ilmnevad ka hariduse lõikes (lisatabel 12.1a). Alg- või põhiharidusega vastajate grupis on vastav näitaja 27%, kõrgharidusega vastajate hulgas aga 48%.

Joonis 12.1. Konsumerismi indeks vanuserühmades



Tarbimisliku ükskõiksuse indeks

Tarbimisliku ükskõiksuse indeksi moodustumisel valisid suurima panuse järgmised tunnused (reastatuna vastusevariandi *Ei vaja seda, ei kuluta sellele* esinemissageduse alusel): sportimine (34%), laste harrastused (32%), kohvikus, restoranis käimine (31%), õppimine, enesetäiendamine (30%), laste koolitamine (29%), auto ostmine, uuendamine (28%), auto hooldamine, sõitmine (27%), arvuti ostmine, hooldamine, täiustamine (27%), lähisugulaste toetamine (21%), reisimine (19%), ajakirjanduse tellimine (19%), meelelahutused, harrastused (15%), teatris, kontserdil käimine (14%), raamatute ostmine (13%), korteri meelepärane sisustamine (10%), oma välimuse eest hoolitsemine (9%) ja uue olmetehnika müretsemine (9%).

Konsumerismi ning tarbimisliku ükskõiksuse indeksite puhul on tegemist osaliselt (kuigi mitte üksüheselt ja täielikult) vastandsuunalisi nähtusi peegeldavate näitajatega. Indeksitevaheliste seoste eripära avaldub tabelis 12.4: koondtunnuste vahel esineb tugev negatiivne korrelatsioon (hii-ruut-statistik väärtusega 156,4 ning Pearsoni korrelatsioonikordaja väärtusega -0,26 on olulised nivool $p = 0{,}000$), st tarbimisliku ükskõiksuse suure või väga suure tasemega kaasneb väga sageli puuduv või väga nõrk konsumerism. Samas leidub peaaegu kõiki kaupu-teenuseid vajavate (tarbimislik ükskõiksus puudub) vastajate hulgas küllaltki palju (55%) neid, kel konsumerism puudub, on nõrk või väga nõrk. Seda vastajate rühma ($n = 214$) iseloomustab ühtlasi majanduslikult depriveeritute suur osakaal (54%-l on rahapuuduse indeksi näit suur või väga suur, st nad on pidanud loobuma 8–23-st vajalikuna tunduvast kaubast-teenusest). Sellest vastajate rühmast 47% valisid ankeedi täitmiseks vene keele, 44% kuusissetulek pereliikme kohta on kuni 1500 krooni.

Erinevalt konsumerismi indeksist esineb tarbimisliku ükskõiksuse puudumise osas oluline erinevus eestlaste ja venelaste vahel (vastavalt 22% ja 33%, $p = 0{,}000$; vt lisatabel 12.1a). See on osaliselt seletatav sellega, et vene keelt kõnelevad vastajad kalduvad sagedamini valima vastusevarianti *Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma* (nendest vastustest moodustuv rahapuuduse indeks on suur või väga suur 41%-l venelastest ja 26%-l eestlastest, erinevus on oluline nivool $p = 0{,}000$), eestlased valivad sageli pigem vastusevariandi *Ei vaja seda, ei kuluta sellele*, kogudes seeläbi rohkem tarbimisliku ükskõiksuse indeksi punkte.

Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse jaotused on sarnased eagruppide lõikes: eagruppides 15–44 on tarbimislik ükskõiksus väga suur vaid 6–9%-l. Vanemates gruppides kasvab see näitaja aga hüppeliselt, grupis 65–74 on tarbimislik ükskõiksus väga suur tervelt 43%-l vastanuist (lisatabel 12.1a).

Elukoha lõikes ei ole suuri erinevusi, tarbimisliku ükskõiksuse puudumine on veidi suurem Ida-Virumaa linnades (34%, maal 21%). See seletub venelaste suure osakaaluga sealses rahvastikus.

Tarbimislikus ükskõiksuses mängib olulist rolli sarnaselt eaga ka haridus. Kui alg- või põhiharidusega vastanuist on ükskõiksus tarbimise vastu väga suur 23%-l, siis kõrgharitute hulgas

Tabel 12.4. Tarbimisliku ükskõiksuse esinemine konsumeristliku hoiaku eri tasemetel

%

Konsumerism	Tarbimislik ükskõiksus				
	Puudub	Vähene	Märkimisväärne	Suur	Väga suur
Puudub	17	11	20	24	39
Väga nõrk	19	15	21	29	34
Nõrk	19	22	17	17	16
Märkimisväärne	24	26	27	21	9
Tugev	12	21	11	7	1
Väga tugev	9	5	4	2	0

Tabel 12.5. Väärtuste faktorite faktorkaalude keskmised konsumerismi indeksi väärtusklassides

Konsumerism	N	F1: Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	F2: Keskkond ja füüsiline heaolu	F3: Hingeline tasakaal	F4: Materiaalne kindlustatus ja heaolu	F5: Enesekehtestamine
Puudub	322	-0,14	0,01	0,17**	0,02	-0,27**
Väga nõrk	344	-0,02	0,05	0,07**	-0,06	-0,05**
Nõrk	261	0,04	-0,04	-0,09**	0,05	-0,02**
Märkimisväärne	329	0,09	-0,03	-0,08**	-0,01	0,11**
Tugev	147	0,01	0,06	-0,12**	0,10	0,27**
Väga tugev	66	0,13	-0,08	-0,16**	-0,17	0,52**

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,01$.

Tabel 12.6. Väärtuste faktorite faktorkaalude keskmised tarbimisliku ükskõiksuse indeksi väärtusklassides

Tarbimislik ükskõiksus	N	F1: Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	F2: Keskkond ja füüsiline heaolu	F3: Hingeline tasakaal	F4: Materiaalne kindlustatus ja heaolu	F5: Enesekehtestamine
Puudub	386	0,01	-0,07	0,09**	0,10*	0,17**
Vähene	172	-0,09	0,04	-0,10**	-0,11*	0,22**
Märkimisväärne	388	0,01	0,01	-0,12**	0,05*	0,06**
Suur	319	0,04	0,03	-0,01**	-0,10*	-0,24**
Väga suur	205	-0,03	0,04	0,16**	-0,05*	-0,30**

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,01$.
* Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,05$.

vaid 6%-l. Erinevused on huvitavad ka tulurühmade lõikes. Madalaimas tulurühmas on tarbimislik ükskõiksus väga suur 15%-l, 1501–2500-kroonise kuusissetulekuga rühmas 20%-l, suurima tuluga grupis aga vaid 4%-l vastanuist (vt lisatabelid 12.1a ja 12.1b).

8. Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed väärtustega

Suurema ülevaatlikkuse saamiseks vaatleme järgnevas analüüsis konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse indeksite seoseid väärtushinnangute koondtunnuste – faktoritega, mida võime nimetada väärtusorientatsioonideks (vt 2. peatükk). Tabelites 12.5 ja 12.6 on esitatud väärtuste faktoranalüüsi 5-faktorilise lahendi faktorkaalude keskmised, mis väljendavad konsumerismi/tarbimisliku ükskõiksuse skaala erinevatele astmetele jõudnud respondentide "keskmist" seotust vastavate väärtusorientatsioonidega.

Tabelist 12.5 nähtub, et konsumerism on tugevas positiivses seoses orientatsiooniga enesekehtestamisele (üksikväärtustena kuuluvad vastavasse faktorisse *võimu omamine, ühiskondlik tunnustus* ja *huvitav elu*) ning negatiivses korrelatsioonis hingelise tasakaalu (*lunastus, võrdsus, kaunis maailm*) väärtustamisega. Teisisõnu: mida tugevamalt on vastaja orienteeritud tarbimisele, seda rohkem väärtustab ta motivatsioonilise eesmärgina enesekehtestamist ning seda vähem peab ta ühiskon-

Tabel 12.7. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised konsumerismi indeksi väärtusklassides

Konsumerism	N	F1: Võrgustikuline	F2: Sarnast positsiooni omavatega	F3: Vaimne	F4: Globaalne	F5: Edukatega	F6: Idaeuroop-lastega
Puudub	322	-0,20**	0,19**	-0,03	-0,15**	-0,07**	0,00
Väga nõrk	344	-0,06**	0,15**	0,03	-0,06**	-0,07**	-0,01
Nõrk	261	0,10**	0,02**	-0,10	0,09**	-0,07**	-0,06
Märkimisväärne	329	0,07**	-0,20**	0,05	0,02**	0,03**	0,03
Tugev	147	0,20**	-0,24**	-0,01	0,13**	0,16**	-0,01
Väga tugev	66	0,10**	-0,29**	0,14	0,24**	0,53**	0,13

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,01$.

Tabel 12.8. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised tarbimisliku ükskõiksuse indeksi väärtusklassides

Tarbimislik ükskõiksus	N	F1: Võrgustikuline	F2: Sarnast positsiooni omavatega	F3: Vaimne	F4: Globaalne	F5: Edukatega	F6: Idaeuroop-lastega
Puudub	386	-0,04	-0,04**	0,02	0,04**	0,06	0,15**
Vähene	172	0,10	-0,17**	-0,10	0,14**	0,08	0,12**
Märkimisväärne	388	0,07	-0,10**	0,02	0,07**	-0,01	-0,01**
Suur	319	-0,05	0,11**	0,05	-0,05**	-0,01	-0,17**
Väga suur	205	-0,06	0,25**	-0,08	-0,26**	-0,15	-0,09**

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,01$.

hingelist tasakaalu. Analoogne tendents ilmneb tarbimisliku ükskõiksuse indeksi seostes samade väärtusfaktoritega (tabel 12.6): tarbimise suhtes ükskõiksed inimesed kalduvad väärtustama eneseteostamist keskmisest madalamalt, hingelist tasakaalu aga kõrgemalt. Huvitav seos ilmneb tarbimisliku ükskõiksuse ning materiaalsele kindlustatusele ja heaolule (*jõukus, mugav elu*) orienteerituse vahel: jõukust ja mugavat elu väärtustavad keskmisest kõrgemalt nii need, kel tarbimislik ükskõiksus puudub (kes vajavad kõikvõimalikke kaupu-teenuseid), kui ka need, kelle ükskõiksus on märkimisväärne.

Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed identiteediga

Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse ning identiteetide seoste uurimisel lähtusime samuti eelnevalt läbi viidud faktoranalüüsi tulemist – keskmistest faktorkaaludest, mis võimaldavad eristada konsumerismi / tarbimisliku ükskõiksuse skaala erinevatele astmetele paigutunud respondentide "keskmist" seotust kuue selgelt eristunud identiteedifaktoriga (vt 3. peatükk).

Tabelist 12.7 ilmneb, et konsumeristlik eluhoiak on tugevas positiivses korrelatsioonis globaalse eneseidentifikatsiooni ja edukatega samastumisega ning negatiivses seoses sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega ühtekuuluvuse tundmisega, st suuremal määral tarbimisele orienteeritud inimesed samastavad end keskmisest rohkem *eurooplaste, põhjamaalaste* ja *inimkonnaga* (globaalne identiteet) ning *ettevõtjate, millegi eest vastutavate inimeste* ja *edukatega* (samastumine edukatega), tundes keskmisest nõrgemat ühtekuuluvust *tööinimeste, reakodanike, oma kodukoha elanike, vaeste inimeste, naabrite, eakaaslaste, kõikide Eestis elavate inimeste* ja *kaaskodanikega*. Konsumerismi madala tasemega kaasneb ühtlasi keskmisest nõrgem võrgustikuline kuuluvustunne – samastutakse vähem *sõprade, perekonna, suguvõsa, kolleegide, eestlaste* ja *õpingukaaslastega*.

Tarbimisliku ükskõiksuse indeksi puhul ilmnevad analoogsed seosed globaalse ja sarnase positsiooniga inimestega samastumisega: tarbimise suhtes väga ükskõiksed vastajad identifitseerivad end oluliselt nõrgemini globaalsel tasandil ja tunnevad suuremat ühtekuuluvust sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega. Samasuunalised tendentsid avalduvad ka võrgustikulise ja edukatega samastumise puhul: suure tarbimisliku ükskõiksusega inimesed tunnevad mõnevõrra nõrgemat ühtekuuluvust edukatega ning tavapäraselt sotsiaalset võrgustikku moodustavate inimestega, ent kõikide rühmade võrdluses (kombineeritud ANOVA) ei ole keskmiste erinevus

Tabel 12.9. Konsumeristliku hoiaku tase elulaadiklastrites

%

Konsumerism	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Puudub	8	11	19	17	10	**29**	**25**	44
Väga nõrk	13	16	10	21	16	**33**	**30**	33
Nõrk	17	20	**25**	**19**	**21**	17	17	12
Märkimisväärne	29	23	**26**	**28**	**32**	19	20	9
Tugev	**21**	**19**	10	13	16	1	5	2
Väga tugev	**12**	**11**	9	2	5	0	3	0

Tabel 12.10. Tarbimislikult ükskõikse hoiaku tase elulaadiklastrites

%

Tarbimislik ükskõiksus	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Puudub	**39**	**33**	**30**	**29**	**28**	12	26	22
Vähene	**21**	**17**	13	14	13	11	6	4
Märkimisväärne	26	27	**36**	**35**	**34**	18	22	28
Suur	13	17	13	16	19	**40**	**24**	22
Väga suur	0	6	8	6	6	**18**	**22**	24

statistiliselt oluline. Tarbimisliku ükskõiksuse indeksi puhul ilmneb ühtlasi tugev seos idaeurooplastega samastumisega: vastajad, kes väidavad end vajavat praktiliselt kõiki kaupu-teenuseid, tunnevad oluliselt tugevamat kokkukuuluvust *Venemaa* ja *Eesti venelaste* ning *endise sotsialismileeri inimestega*.

10. Konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse seosed elulaadiga

Järgnevas analüüsis kasutame klasteranalüüsi meetodil väljatöötatud elulaadide tüpoloogiat (vt 6. peatükk).

Lähtudes konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse tasemete protsentuaalsest jaotusest elulaadiklastrites (tabelid 12.9 ja 12.10), võime elulaaditüübid võtta kokku kolmeks üsna selgelt eristuvaks rühmaks.

• Esimese rühma moodustavad mitmekülgselt aktiivse või tööle orienteeritud, kultuurilembese elulaadiga inimesed, kelle hulgas esineb märgatavalt sagedamini tugevat või väga tugevat konsumerismi ning tarbimisliku ükskõiksuse puudumist või vähesust. Neist omakorda on "konsumeristlikumad" mitmekülgselt aktiivse elulaadiga inimesed:

• Teise rühma moodustab kolm elulaaditüüpi (hasartne, meelelahutuslik; uue meedia, seltsielukeskne; tehniliselt harrastuslik), mida iseloomustab keskmisest suurem pühendumus kindlatele harrastustele. Suurim osa nende elulaadide esindajaist väljendab nõrka või märkimisväärset konsumeristlikku eluhoiakut, samas esineb sellesse rühma suhteliselt palju nii neid, kelle tarbimislik ükskõiksus on märkimisväärne, kui ka neid, kes pole ükskõiksed ühegi kauba ega teenuse suhtes.

• Kolmandasse rühma kuuluvad elulaadide esindajad, mille esindajad tegelevad keskmisest aktiivsemalt vaid üksikute, suhteliselt vähe materiaalseid ressursse nõudvate harrastustega (kodukeskne traditsiooniline ning kirjasõnakeskne traditsiooniline) või on harrastuslikult võrdlemisi passiivsed. Valdavat osa sellesse rühma kuuluvatest iseloomustab väga nõrk või puudub konsumerism, väga suurt osa ka tarbimisliku ükskõiksuse kõrge tase. Nii kirjasõnakeskse kui passiivse elulaadi esindajate hulgas leidub siiski ka neid, kel tarbimislik ükskõiksus puudub (vastavalt 26% ja 22%).

11. Ostukeskustes käimine meelelahutuse eesmärgil

Eraldi toome välja üksiktunnuse *Ostukeskustes kauplustes käimine* ühe võimalusena meelelahutuse, ajaviite otsimisest. Antud teema seostub nii Eesti kui rahvusvahelises

ning ka tarbimisuuringutes päevakorral oleva teemaga nn šoppamisest kui meelelahutusest ning selle sotsiokultuurilisest tähendusest.

Koguvalimist 21% vastas jaatavalt ostukeskustes käimisele kui ühele nende poolt kasutatavale meelelahutusvõimalusele (lisatabel 12.1). Osakaal on suurem venelaste hulgas võrreldes eestlastega (vastavalt 29% ja 17%). Ootuspäraselt on taoline meelelahutus rohkem noorte inimeste tegevus. Noorimas grupis on nende osakaal 32% ja vanimas rohkem kui poole võrra väiksem – 14%. Veidi vähem kasutavad sellist meelelahutusvõimalust kõrgharidusega inimesed (18% võrreldes teiste haridustasemete 22%-ga). Märkimisväärne on see-gi, et erinevates tulugruppides antud aspektis suuri erinevusi ei ole. Kuna tegemist ei ole niivõrd ostmise, vaid pigem jalutamise ja vaatamisega, on antud tegevus kättesaadav kõigile tulugruppidele.

Kokkuvõte

Käesolevas peatükis koostasime küsimuste bloki *Kumb Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks?* vastuste *Üldiselt jätkub* alusel tinglikku kulutuste pingerea. Tabelites 12.1–12.3 on toodud *Üldiselt jätkub* vastanute protsentuaalne osakaal ning kauba-teenuse koht pingereas. Lähtume sellest, et protsentuaalsete osakaalude alusel saab konstrueerida kaupade ja teenuste tinglikku hierarhia, st piiratud rahahulga tingimustes "panevad" inimesed raha jätkuma neile kaupadele, mida tajutakse prioriteetsemana. Pingeridade ülemised ja alumised osad sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes märkimisväärselt ei erine, küll aga ilmneb pingeridade keskosas mitmeid huvitavaid, sotsiokultuuriliselt determineeritud erisusi.

Nende hulgas, kel rõivaste ostmiseks ning oma välimuse eest hoolitsemiseks raha *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte*, on tarbimisorientatsioone uuritud veidi täpsemalt hinna, sobivuse ja kaubamärgi eelistamise aspektist. Ootuspäraselt on kindlate brändide eelistajaid rohkem nooremate ja jõukamate seas.

Peatüki olulise osa moodustab kahe indeksi – konsumerismi ning tarbimisliku ükskõiksuse – rakendamine erinevate sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes, samuti oleme analüüsinud nende indeksite seoseid väärtuste, identiteetide ja elulaadide koondtunnustega. Konsumerismi kõrge tase iseloomustab enim noori, tallinlasi ning kõrge sissetulekuga inimesi (vt ka 15. peatükk), tarbimisliku ükskõiksuse puudumine aga venekeelseid vastajaid. Huvitavad ning vastajaid üsna tugevalt polariseerivad seosemustrid ilmnevad konsumerismi ja tarbimisliku ükskõiksuse indeksite ning teatud väärtusorientatsioonide, identiteetide ja elulaadi tüüpide vahel: konsumerismi kõrge tase*mega kaasneb sageli* tugevam orientatsioon enesekehtestamisele (ja nõrgem orientatsioon hingelisele tasakaalule), tugevam ühtekuuluvuse tundmine edukate inimestega, sotsiaalse võrgustikuga ja globaalsel tasandil (ja vähene samastumine sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega) ning kuulumine kahe aktiivseima elulaaditüübi esindajate (mitmekülgselt aktiivsete või tööle orienteeritud, kultuurilembeste) hulka. Seevastu tarbimisliku ükskõiksuse kõrge nivooga kaasneb üldiselt hingelise tasakaalu kõrgem (ja enesekehtestamise ning materiaalse kindlustatuse ja heaolu) madalam väärtustamine, tugevam samastumine sarnase positsiooniga inimestega (ning nõrgem globaalne ja Ida-Euroopa identiteet) ning kuulumine kolme üldiselt passiivseima elulaadi (kodukeskse traditsioonilise, kirjasõna-keskse traditsioonilise või passiivse) esindajate hulka.

Kasutatud kirjandus

Bauman, Z. (1992). *Intimations of Postmodernity.* London: Routledge.

Einasto, M. (2002). Sissetuleku- ja ilmajäetusvaesus 1994 ja 1999. Rmt: Kutsar, D. (toim) *Elutingimused Eestis viis aastat hiljem: NorBalt II.* Tartu Ülikool, Rakenduslike Sotsiaaluuringute Instituut FAFO (Norra). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 101–122.

Kannike, A. (2002). *Kodukujundus kui kultuuriloomine. Etnoloogiline Tartu-uurimus.* Tartu: Eesti Rahva Muuseum.

Keller, M., Vihalemm, T. (2001). Eesti lääneliku tarbimiskultuuri hoovuses: kas tingimusteta omaksvõtt. Rmt: Vetik, R. (toim) *Eesti inimarengu aruanne.* Tallinn: Tallinna Pedagoogiline Ülikool, Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute Instituut, 80–83. http://www.iiss.ee/nhdr/2001/sisukord.html

Keller, M., Vihalemm, T. (2003). Return to the Consuming West: Young People's Perceptions on the Consumerization of Estonia. *Young,* 11 (3), 195–215.

Keller, M. (ilmumas 2005). Freedom Calling: Telephony, Mobility and Consumption in Post-Socialist Estonia. *European Journal of Cultural Studies.*

Kutsar, D., Käärik, E., Tiit, E.-M., Trumm, A. (1999). Vaesusega uude aastatuhandesse. Rmt: Vetik, R. (toim) *Eesti inimarengu aruanne, 1999.* Tallinn: ÜRO Arenguprogramm, 75–79. http://www.iiss.ee/nhdr/1999/EIA99est.pdf

Kõresaar, E., Anepaio, T. (2003). *Mälu kui kultuuritegur. Etnoloogilisi perspektiive.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Pavelson, M., Luuk, M. (2002). Tõrjutud pered: seisund, probleemid ja tugivõrgustik. http://www.riik.ee/rahvastik/lopppavelson.html, vaadatud märtsis 2004.

Rahu, K. (2004). "Šoppamise" sooline representatsioon. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Roo, R. (2004). Tarbijakäitumine ostukeskuses Tartu Lõunakeskuse ja Tallinna Rocca al Mare näitel. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Õun, M. (2002). Subjektiivset edu ja ebaedu mõjutavad faktorid. Rmt: Saar, E. (toim) *Trepist alla ja üles: edukad ja ebaedukad postsotsialistlikus Eestis.* Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus, 59–77.

13

KULTUURILINE, SOTSIAALNE JA MAJANDUSLIK KAPITAL: EESTI INIMESTE RESSURSID ERINEVATES ELUVALDKONDADES

Pille Pruulmann-Vengerfeldt

Erinevad sotsiaalteaduslikud käsitlused on jõudnud järeldusele, et inimeste ressursse ei saa mõõta vaid tavapäraste sotsiaal-demograafiliste näitajate kaudu, vaid et ühiskonna sisemiste hierarhiate selgitamiseks on vaja leida täiendavaid mõõdikuid. Kapitalide mõistest ja vastavale ideele lähedastest kontseptsioonidest on rääkinud mitmed teoreetikud. Prantsuse sotsioloog Pierre Bourdieu (1984) võttis esimesena kasutusele kolme laadi kapitalide idee, jagades inimeste tegutsemise majandus-, kultuuri- ja sotsiaalsele väljale. Igal väljal toimib teatav tegurite ja ressursside süsteem, mis loob väljasisese hierarhia.

Käesolev peatükk kujutab endast katset operatsionaliseeerida Bourdieu kapitalide teooriat lihtsustades ja formaliseeritud küsitluse abil. Kõigepealt antakse ülevaade kultuurilisest, sotsiaalsest ja majanduslikust kapitalist – nii nende teoreetilisest ideest kui ka kapitalide mõõtmise ja arvutamise süsteemist *Mina. Maailm. Meedia* küsimustiku kaudu. Peatüki teine pool näitab kapitalide jaotumist põhilistes rahvarühmades ning võtab kokku kapitalide omavahelised seosed antud andmestiku piires.

Ühegi kapitaliliigi puhul pole võimalik esitada inimestele ühte küsimust, saades sellele vastuse mingil skaalal. Uurimaks kapitale kui komplekssed teoreetilisi nähtusi, tuli kombineerida terve rida küsimusi, mis koondatult võiksid olla indikaatoriks kapitalide jaotumise kohta ühiskonnas. TÜ majanduse ja kommunikatsiooni osakond on traditsiooniliselt kasutanud keerukamate uurimisülesannete puhul indeksite koostamise meetodit. See põhineb juba 1960. aastate lõpus TRÜ sotsioloogia laboris välja töötatud metodoloogilistele printsiipidele, mille alusel kogutakse võimalikult palju detailseid ja konkreetseid algandmeid ning koostatakse nende üldistamiseks koondtunnuseid (indekseid) ja tüpoloogilist analüüsi (Vihalemm 2004: 53). Indekseid on võimalik koostada erineva detailsuse astmega ning eritüübiliste küsimuste koondamiseks on võimalik kasutada ka mitmekihilist indeksite süsteemi.

Nii kultuurilise kui ka sotsiaalse kapitali indekseerimiseks koostati terve rida alamindekseid. Neist mõned on kasutusel ka uurimuse üldises koondtunnuste süsteemis ning said loodud juba indeksite koostamise esimeses ringis, teised on koostatud spetsiaalselt kapitalide analüüsiks. Seega koosneb kummagi kapitali indeks tervest reast komponent- või alam-indeksitest, mida on enamasti lühendatud võimalikult normaaljaotuse lähedaselt. Järgnevalt annan samm-sammult ülevaate erinevate indeksite koostamise teoreetilistest põhialustest ja metodoloogiast.

1. Kultuuriline kapital

Bourdieu jaoks on kultuuriline kapital väärtus, mis on seotud kultuuriliselt legitimiseeritud maitse, tarbimismustrite, omaduste, oskuste ja tunnustusega. Näiteks hariduse valdkonnas on kultuurilise kapitali näitaja akadeemiline kraad (Webb *et al* 2002: x). Kultuurilist kapitali saab mõõta kolmes vormis: indiviididega seotu (nende teadmised, rõhuasetused, valmisolek õppida); objektidega seotu (raamatud, kvalifikatsioon, "teadmise masinad" nagu arvutid) ja institutsioonidega seotu kaudu (raamatukogud, koolid ja ülikoolid).

Ankeedis *Mina. Maailm. Meedia* on kultuurilist kapitali operatsionaliseeritud terve rea erinevate indikaatorite kaudu, mis hilisema analüüsi käigus on indeksiks koondatud. Kolm põhilist alamkapitali tüüpi, mis antud küsitluses fikseeriti, olid: kultuurihuvi mitmekülgsus, kultuuriline tegevus ja kultuuriline ressurss. Need ei ole ükski üks-üheselt Bourdieu tüpoloogiast üle võetud. Kultuurilise

Tabel 13.1. Kultuurilise kapitali koondindeksi koosseis

Max 12 punkti, lühendatud 5-pallisele koondskaalale

Alamindeks	Alamindeks	Tunnused
Kultuuritegevuse indeks (max 10 p, lühendatud skaalale 1–4)	**Kultuuriosaluse indeks** (max 16 p, lühendatud skaalale 1–5)	*Kui sageli Te tegelete järgnevaga?* Käite kinos; teatris; näitusel; raamatukogus; kontserdil. Tegelete ilukirjanduse lugemisega; pillimängu, laulmise, tantsimisega; joonistamise, fotograafia, maalimise, tarbekunstiga
	Kultuuriliste harrastuste indeks (max 32 p, lühendatud skaalale 1–5)	*Kas olete ise tegelenud omaloomingu või järgmiste kultuuriharrastustega?* Pidanud päevikut, teinud märkmeid oma elust; kirjutanud luuletusi, jutte; kirjutanud artikleid, arvustusi, uurimusi; teinud laulusõnu; joonistanud, maalinud; laulnud kooris, ansamblis; tegelenud näitemängu või tantsimisega; mänginud pilli, mõnd muusikariista; kirjutanud ise muusikat, teinud pillilugusid; teinud filme, videosid; tegelenud fotograafiaga; voolinud, nikerdanud; tegelenud kodukujunduse, lilleseadega; tegelenud ehisaianduse, maastikukujundusega; teinud kunstkäsitööd, tegelenud moe, rõivakujundusega
Kultuurihuvi indeks (max 12 p, lühendatud skaalale 1–4)	**Raamatuhuvi mitmekülgsuse indeks** (max 31 p, lühendatud skaalale 0–4)	*Milliselt riiulilt otsiksite endale huvipakkuvat raamatut?* Teatmeteosed; minu erialaga seotud kirjandus; lasteraamatud; kriminaalromaanid, põnevusromaanid; ulmekirjandus; armastusromaanid; Eesti kaasaegne kirjandus; välismaa kaasaegne väärtkirjandus; Eesti klassika; välisklassika; Vene kaasaegne kirjandus; ajaloolised ja eluloolised romaanid; luuleraamatud; teaduslikud avastused; reisikirjad, maadeavastused; kodu sisustamine; laste kasvatus; äri, ettevõtlus; majandus, rahandus; suhtlemine, käitumine; salapärased nähtused, ended, horoskoobid; loodus; ajalugu; kunst, muusika, teater, film; filosoofia, poliitika, ühiskond; mälestused, elulood; tervis; auto; arvutikirjandus; toitumine; koomiksid, naljaraamatud
	Muusikahuvi mitmekülgsuse indeks (max 41 p, lühendatud skaalale 0–4)	*Millist muusikat Teile meeldib kuulata?* Klassikalist sümfoonilist; klassikalist kammermuusikat; kaasaegset kammermuusikat; kaasaegset koorimuusikat; traditsioonilisi eesti koorilaule; keskaegset ja renessansimuusikat; vaimulikku muusikat; ooperimuusikat; operetimuusikat; kitarrimuusikat; orelimuusikat; klaverimängu; viiulimängu; akordionimuusikat; romansse; rahvalikke laule ja pillilugusid; folkmuusikat; jazzmuusikat; bluesi, souli; muusikat filmidest ja muusikalidest; klassikalist rokkmuusikat; kaasaegset rokkmuusikat; popansambleid, poplauljaid; rock'n'rolli; šansoone, ballaade; mustlasmuusikat; traditsioonilist tantsumuusikat; discot; elektroonilist muusikat; idamaist muusikat; latiino-poppi; Eesti rahvalikku popmuusikat; ehedat etnograafilist muusikat; ambient-stiilis muusikat; kantrit; metal-muusikat; punk-stiilis muusikat; reggae stiili; rap stiili; hip-hop stiilis muusikat
	Filmihuvi mitmekülgsuse indeks (max 30 p, lühendatud skaalale 0–4)	*Milliseid filme Teile meeldib vaadata?* Armastusfilme; sõjafilme; muusikafilme; komöödiaid, huumorifilme; filme tuntud kirjandusteoste põhjal; eluloolisi filme tuntud isikutest; trillereid; ulme-, kosmose-, tulnukate filme; kultusfilme; võitlus- ja märulifilme; kriminaal-, detektiiv-, politseifilme; õudusfilme, horrorit; katastroofifilme; vesterneid; vanu ameerika väärtfilme; vanu Euroopa väärtfilme; vanu nõukogudeaegseid väärtfilme; kaasaegseid psühholoogilisi filme; tuntud režissööride filme; filme, kus mängivad minu lemmiknäitlejad; multikaid, nukufilme; täiskasvanute joonisfilme; välismaa tõsielufilme; erootilisi filme; ajaloolisi seiklusfilme; tõsielufilme Eestist; loodusfilme; portreefilme; dokfilme kaugetest maadest; dokfilme ajaloolistest sündmustest
Kultuuriressursi indeks (max 12 p, lühendatud skaalale 1–4)	**Haridusaastad** (max 27 p, lühendatud skaalale 1–4)	1–27 aastat
	Kultuurivara omamine lapsepõlvekodus (max 16 p, lühendatud skaalale 0–4)	*Millised allpool loetletud asjad olid olemas Teie lapsepõlvekodus?* Palju igasuguseid raamatuid; entsüklopeedia; kunstiraamatud, kunstialbumid; piibel; luuleraamatud; vanad ajakirjad; teaduslikud, filosoofilised raamatud; loodusraamatud; pildialbumid ja raamatud kaugetest maadest ja ajaloost; originaalkunstiteosed (maalid, graafika, skulptuurid, tarbekunst); disainitud või käsitsi meisterdatud mööbel; vanaaegseid iluasju, tarbeesemeid, pilte; käsitööd, tööriistu; muusikariistad; kangasteljed; rahvariided; plaatide, CD-de, videokassettide kogu
	Keelteoskus (max 28 p, lühendatud skaalale 0–4)	*Milliseid muid keeli Te oskate peale emakeele ja millisel tasemel?* Inglise; soome; vene; saksa; prantsuse; muu keel Oskuste tasemed: *saan veidi aru, aga ei räägi* – 1 p; *saan aru ja veidi räägin* – 2 p; *saan aru, räägin ja kirjutan* – 3 p; *valdan vabalt* – 4 p

tegevuse indeks koosneb omakorda kahest alamindeksist: kultuuriosaluse indeks ja kultuuriliste harrastuste indeks. Ülevaate kultuurilise kapitali koondindeksi koosseisust annab tabel 13.1.

Küsimuste põhjal selle kohta, kui sageli vastajad tegelesid erinevate kultuuriliste tegevustega, moodustati **kultuuriosaluse indeks** (vt tabel 13.1). Vastusevariandi *sageli, regulaarselt* eest sai vastaja 2 indeksipunkti, vastuse *mõnikord, vahetevahel* eest 1 indeksipunkti. Põhimõtteliselt tähendab indeksi moodustamine punktikogumist – nt kui inimene vastas, et ta käib sageli kinos ja loeb mõnikord ilukirjandust, kuid teeb muid tegevusi harva või üldse mitte, siis sai ta 3 punkti. Teine vastaja, kes tegeles sageli kõigi loetletud tegevustega, sai kokku 16 punkti, mis oli ka indeksi maksimumskoor. Andmaks erinevatele alamindeksitele võrdset kaalu koondindeksi moodustamisel, lühendati indekseid võimalikult lähedaselt normaaljaotusele. Normaaljaotus on tuntuim klassikaline tõenäosusjaotus – ühetipuline keskväärtuse suhtes sümmeetriline jaotus (Tooding 1999). Et tegemist on sümmeetrilise jaotusega, siis on ka normaaljaotuse järgi lühendamise eesmärgiks seda sümmeetriat hoida ja rõhutada. Normaaljaotuse järgi viieks jaotades jaguneb 100% järgmiselt: uue skaala 1. punktis 10–15% vastajaist, 2. skaalapunktis 15–20%, 3. punktis 30–40%, 4. punktis 15–20%, 5. punktis 10–15%. Sellist jaotuse skeemi kasutati võimaluse piires kõigi indeksite lühendamisel. Tabel 13.2 näitab, kuidas sellist normaaljaotusele põhinevat lühendamist kasutati kultuuriosaluse indeksi lühendamiseks. Tabelis on näha ka erinevaid võimalusi erinevate skaalapunktide nimetamiseks. Edaspidi on kapitalide koondindeksite puhul kasutatud neutraalsemat (madal, alla keskmise, keskmine, üle keskmise ja kõrge) jaotust.

Nagu tabelist 13.2 näha, ei ole liidetud mitte võrdse hulga indeksipunktide alusel, vaid selle alusel, kuidas inimesed protsentuaalselt eri rühmadesse jagunevad. Samalaadset lühendamist on kasutatud ka kõigi teiste indeksite puhul. Nii on võimalik rääkida uue skaala rühmadest, kasutades termineid: vähene, alla keskmise, keskmine, üle keskmise ja kõrge.

Kultuuriliste harrastuste indeks koosneb 16 erinevast kultuurilise tegevuse indikaatorist. Indeksis läks ühelt poolt arvesse see, et inimene tegeles harrastusega varem või oli seda kunagi proovinud, ja teiselt poolt see, et tegeleb sellega praegu, seejuures võrdse osakaaluga – üks indekspunkt ühe harrastuse eest. Kultuurilised harrastused, millega tegelemist loendati, on esitatud tabelis 13.1. Indeksi maksimumpunktide hulk oli 32. Ka kultuurilise harrastuse indeks lühendati normaaljaotuse lähedaselt 5-pallisele skaalale kultuuriharrastuste puudumisest või väga vähesest hõlmatusest (1. skaalapunkt) väga suure kultuuriharrastuseni (5. skaalapunkt).

Tabel 13.2. Kultuuriosaluse indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaalapunktid	% vastanutest	Skaalapunktid	% vastanutest
1	2,7	1 – väga vähene	14,6
2	5,4		
3	6,5		
4	8,7	2 – vähene, alla keskmise	18,9
5	10,2		
6	8,8	3 – keskmine	29,4
7	10,9		
8	9,7		
9	8,0	4 – suur, kõrge, üle keskmise	20,4
10	7,5		
11	4,9		
12	4,6	5 – väga kõrge, väga suur	13,0
13	3,1		
14	2,7		
15	1,1		
16	1,5		
Kokku	96,3		96,3
Vastamata	3,7		3,7

Nende kahe indeksi (kultuurilised harrastused ja kultuuriosalus) summast sai kokku **kultuuritegevuse indeks**, mida lühendati normaaljaotuse lähedaselt nelja skaalapunktini.

Kultuurihuvi mitmekülgsuse mõõtmiseks kasutati raamatuhuvi, filmihuvi ja muusikahuvi mitmekülgsuse alamindekseid. Selle asemel, et püüda eristada "kõrgkultuurilist" maitset, keskendub see indeks kultuurilise maitse mitmekülgsusele. Selle indeksikomponendi kriitikaks peab ära märkima, et eelistatud said need inimesed, kes on pigem nn kõigesööjad, ning väga elitaarse kuid kitsa maitsega inimesed said vähem punkte. Teisalt võib väita, et mitmekülgne kultuuriline maitse näitab ka silmaringi, mis Bourdieu järgi on kultuurilise kapitali üks osadest.

Raamatuhuvi mitmekülgsuse indeks moodustati vastuste põhjal järgmisele küsimusele: *Kujutlege, et olete raamatupoes või raamatukogus. Millistelt riiulitelt otsiksite endale huvipakkuvat raamatut?* Tabelist 13.1 on näha, et valida oli 31 erineva raamatužanri vahel ja valida võis kõik meelepärased valdkonnad. Iga valik andis 1 punkti, seega läks indeksis arvesse valikute mitmekesisus. Saadud indeks lühendati normaaljaotuse lähedaselt 4-pallisele skaalale.

Tabel 13.3. Raamatuhuvi mitmekesisuse indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	% vasta-nutest	Skaala-punktid	% vasta-nutest
0	13,7	**0** – puudub	13,7
1	3,5	**1** – vähene	20,5
2	3,8		
3	5,6		
4	7,6		
5	7,5	**2** – keskmine	34,8
6	6,8		
7	7,1		
8	6,4		
9	7,0		
10	5,8	**3** – suur	17,3
11	4,7		
12	3,7		
13	3,1		
14	4,0	**4** – väga suur	13,8
15	2,3		
16	1,7		
17	1,5		
18	1,0		
19	0,7		
20	1,0		
21	0,6		
22	0,4		
23	0,2		
24	0,1		
25	0,1		
28	0,1		
31	0,1		

Normaaljaotuse lähedaselt neljaks jaotamine on mõnes mõttes normaaljaotuse idee (üks tipp ja sümmeetria selle ümber) eiramine, kuid tabelist 13.3 on näha, kuidas sellises jaotuses on 0 punkti kogunud, st mitte ühtegi valikut teinud, inimeste hulk küllalt suur (14%), mistõttu on sisuliselt tegemist jaotumisega 5-pallisele skaalale, kus 0-klass on tähenduslik, näidates raamatuhuvi täielikku puudumist.

Muusika- ja filmihuvi mitmekülgsuse indeksid on koostatud samal põhimõttel. Punkte andsid vastusevariandid *väga meeldib* (2 punkti) ja *üldiselt meeldib* (1 punkt), muude valikute eest punkte ei saadud. Filmihuvi indeksis oli kokku 30 tunnust ja muusikahuvi indeksis 41 tunnust. Filmi- ja muusikahuvi indeksid tehti üldise indekseerimisprintsiibi järgi, kuid kultuurilise kapitali arvestamiseks lühendati indeksit nii, et need, kellel filmi- ja muusikahuvi puudus, ei saanud ühtegi punkti, samas kui need, kellel oli väga mitmekülgne filmi- ja muusikahuvi, said 4 punkti.

Tabel 13.4. Kultuurilise kapitali koondindeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	% vas-tanutest	Skaalapunktid	% vas-tanutest
1	0,1	Madal (1)	9,8
2	0,7		
3	3,0		
4	6,0		
5	10,9	Alla keskmise (2)	25,8
6	14,9		
7	18,0	Keskmine (3)	32,6
8	14,6		
9	14,7	Üle keskmisel (4)	23,9
10	9,2		
11	5,4	Kõrge (5)	7,8
12	2,4		

Raamatu-, muusika- ja filmihuvi mitmekülgsuse indeksitest moodustati **kultuurihuvi** indeks, mida samuti lühendati normaaljaotusele lähedaselt 4-pallisele skaalale.

Kultuuriressursi mõõtmisel võeti arvesse haridusaastaid, lapsepõlvekodus olnud kultuurivara (kui kujunemiskeskkonda iseloomustavat kultuuriressurssi) ja keelteoskust.

Haridusaastad fikseeriti küsimuse abil *Mitu aastat olete kooliharidust saanud, koolides õppinud?* Vastused varieerusid 1 aastast 27 aastani. Indeksisse läksid haridusaastad arvesse 4-pallisele skaalale lühendatult: 1–9 aastat – 1 punkt; 10–12 aastat – 2 punkti; 13–15 aastat – 3 punkti ning 16–27 aastat – 4 punkti.

Kultuurivara omamine lapsepõlvekodus on loendusindeks, kus igaüks mainitud 16 kultuurilisest esemest lapsepõlvekodus andis indeksisse 1 punkti. Esemed, mida kultuurivara omamise küsimuses nimetati, on loetletud tabelis 13.1. Indeks on lühendatud normaaljaotusele lähedaselt 4-palliseks koondtunnuseks.

Keelteoskuse indeks koosneb inglise, saksa, vene, saksa, prantsuse ja muu keele oskamise kusjuures vastusevariant *Valdan vabalt* andis 4 p, *Saan veidi aru, aga ei räägi* 1 indeksipunkti. Indeks on seejärel teistega võrreldavalt lühendatud 4-palliseks.

Kolmest viimatinimetatud alamindeksist moodustati **kultuuriressursi indeks**, mis lühendatakse taas 4-palliseks.

Kultuurilise kapitali koondindeks arvutati kultuuriressursi, kultuuritegevuse ja kultuurihuvi indeksite summana. Algselt 12-punktiline indeks lühendati 5-palliseks (vt tabel 13.4).

2. Sotsiaalne kapital

Bourdieu defineerib sotsiaalset kapitali kui sotsiaalsete suhete kapitali, mis annab vajadusel "toetust": austusväärsuse ja usutavuse kapital, mis on sageli hädavajalik, kui ihaldatakse tõmmata ligi sotsiaalselt olulisel positsioonil olevaid kliente, ja mis näiteks poliitilises karjääris võib toimida kui valuuta (Field 2003: 14–15).

Bourdieu on hiljem täpsustavalt öelnud, et sotsiaalne kapital "on indiviidi või grupi tegelike või virtuaalsete ressursside summa, mis seisneb vastastikuses, rohkem või vähem institutsionaliseeritud suhete võrgustikus, põhinedes vastastikustel tutvustel ja tunnustamistel" (tsiteeritud Field 2003: 14–15 kaudu).

Teine tuntuim sotsiaalse kapitali teoreetik on Robert Putnam, kes oma raamatus *Bowling Alone* (2000) juhib tähelepanu ameerika ühiskonna probleemidele ja seletab seda langeva sotsiaalse kapitali käsitlusega. Putnami käsitluses viitab sotsiaalne kapital sellistele sotsiaalse organiseerituse omadustele nagu usaldus, normid, võrgustikud, mis võivad tõsta ühiskonna efektiivsust sellega, et vähendavad koordineeritud tegevust (refereeritud Field 2003: 31 kaudu).

Sotsiaalset kapitali arvutasime kahe teoreetiliselt erineva lähenemise kaudu. Bourdieu kui sotsioloogi jaoks on sotsiaalne kapital peamiselt võrgustiku kui ressursi kapital. Samas käsitleb Putnam politoloogina sotsiaalset kapitali peamiselt poliitilises elus ja kolmandas sektoris osalemise kaudu arvutatavana. Nii oleme ka meie oma arvutustes eristanud sotsiaalset võrgustikukapitali ning sotsiaalset osaluskapitali. Lisaks lõime ka nn ühise sotsiaalse kapitali mõõdustiku, mis liidab need kaks kapitaliindeksit kokku. Tabel 13.5 annab ülevaate erinevate sotsiaalse kapitali indeksite koosseisust.

Detailsemat ülevaadet moodustatud indeksist alustan sotsiaalsest võrgustikukapitalist. Andmestis puudusid otseselt sõpradevõrgustiku väljaselgitamiseks mõeldud küsimused, sest need oleksid võtnud niigi suuremahulises andmekogumises liiga palju aega ja ruumi. Seetõttu on võrgustikukapitali fikseerimisel piirdutud sellega, mis üldgrandmestik võimaldas.

Võrgustikulise identifitseerumise uurimiseks kasutasime identiteedi küsimust: *Kelle puhul järgmisest nimekirjas Te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust nii, et võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna "meie"?* Võimalik oli 30 tunnusest märkida kõik asjakohased, kuid **võrgustikulise kuuluvuse indeksi** jaoks valisime välja 13 tunnust, mis on toodud tabelis 13.5. Iga valik nende hulgast andis indeksisse 1 punkti ning indeks lühendati hiljem 4-pallisele skaalale.

Teise tunnusena kasutasime **isiklike kontaktide indeksit**, mille koostamiseks kasutasime peatükist 5 tuttavat loendit isiklike kontaktide kohta erinevates maades (24 maad või maade rühma). Sugulaste ja sõprade või äripartnerite olemasolu nendes andis 1 punkti. Ka selle indeksi lühendamisel koondindeksi jaoks kasutati 4-pallist skaalat.

Lisaks arvestati koondindeksis ka vastuseid küsimusele *Kuivõrd sageli pöörduvad kaaslased, tuttavad, pere liikmed Teie poole nõu ja arvamuse küsimiseks?* Vastusevariant väga sageli andis kaks, küllalt sageli ühe indeksipunkti.

Sotsiaalse võrgustikukapitali indeks ongi moodustatud võrgustikulise kuuluvuse indeksist, isiklike kontaktide indeksist ja nõu küsimise lisapunktidest. Sotsiaalse võrgustikukapitali koondindeksit lühendasime 5-pallisele skaalale tabelis 13.6 toodud skeemi kohaselt.

Kuigi sellise jaotuse korral koguneb keskmisesse skaalapunkti palju rohkem kui 30–40% vastajaist, on selline lõppskaala antud olukorras siiski õigustatud. Nimelt on keskmisesse skaalapunkti koondatud kolm täituvuse poolest enam-vähem võrdset algskaala punkti (3., 4. ja 5.) ning ühe või teise väljajätmine nendest oleks sisuliselt põhjendamatu. Samas on sellise jaotuse korral siiski säilitatud ühetipuline ja sümmeetriline jaotus, mis lubab seda vaadelda normaaljaotusele lähedase lühendamisena.

Teine sotsiaalse kapitali tüüp on **sotsiaalne osaluskapital**. Ka vastav koondindeks koosneb reast alamindeksitest (vt tabel 13.5).

Usalduse komponent toetus vastustele, mis anti üksikküsimusele *Mõned arvavad, et enamikku inimestest võib usaldada. Teised aga arvavad, et ümbritsevate inimeste suhtes peab ettevaatlik olema. Kuidas arvate Teie?* 2 indeksipunkti andis vastus *Enamikku inimesi võib täielikult usaldada* ja 1 indeksipunkti vastus *Inimesed on üldiselt usaldusväärsed*. Usalduse küsimust kasutati seetõttu, et Putnam, kelle teooria oli ühistegevuse ja aktiivsuse mõõtmisel aluseks, peab usaldust väga oluliseks sotsiaalse kapitali komponendiks.

Organisatsioonides osalemise indeksi koostamiseks lugesime kokku, kui mitmes erinevas ühenduses, seltsis või organisatsioonis inimesed tegevad on. Kokku loetleti 17 erinevat organisatsiooni, milles aktiivse osalemise ja liikmeks olemise eest võis saada 2 punkti ja liikmeks olemise,

Tabel 13.5. Sotsiaalse kapitali koondindeksi koosseis

Max 12 punkti, lühendatud skaalale 1–5

Alamindeks	Alamindeks	Tunnused
Sotsiaalse võrgustiku-kapitali indeks (max 10 p, lühendatud skaalale 1–5)	**Võrgustikulise kuuluvuse indeks** (max 13 p, lühendatud skaalale 1–4)	*Kelle puhul järgnevas nimekirjas Te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust, nii et te võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna "meie"?* Töökaaslased, kolleegid; õpingukaaslased; inimesed, kelle vaated elule on minu omadega sarnased; minu ea- ja põlvkonnakaaslased; sõbrad; inimesed, kellega mul on ühised huvid; oma linna, valla, maakoha elanikud; suguvõsa; perekond; inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad; inimesed, kellega mul on üks maitse, sarnased eelistused; inimesed, kellega jagan ühiseid elamusi, mälestusi mingitest sündmustest või ettevõtmistest; naabrid
	Isiklike kontaktide indeks (max 48 p, lühendatud skaalale 1–4)	*Täpsema ettekujutuse elust teistes maades annavad erinevad kontaktid. Millised on Teie kokkupuuted allpooltoodud maadega?* Vastusevariandid: *Mul on seal sugulased, sõbrad* – 1 p; *Mul on seal töö- ja ärisidemed* – 1 p Läti; Leedu; Venemaa; Valgevene, Ukraina, Moldaavia; Gruusia, Armeenia, Azerbaidžaan; Usbekistan, Kasahstan, Turkmenistan, Kõrgõzstan; Soome; Rootsi; Taani, Norra; Poola, Ungari, Tšehhi, Slovakkia; Bulgaaria, Rumeenia; Jugoslaavia ja/või tema lagunemisel tekkinud riigid (Sloveenia, Horvaatia, Bosnia jt); Saksamaa; Holland, Belgia; Hispaania, Portugal; Prantsusmaa; Suurbritannia, Iirimaa; Vahemeremaad (Itaalia, Kreeka, Türgi jt); Lähis-Ida (Iisrael, Araabia maad); Aafrika maad; USA, Kanada; Ladina-Ameerika maad (Brasiilia, Argentiina jt); Jaapan, Hiina, India jt Aasia riigid; Austraalia, Uus-Meremaa
	Nõu küsimine (max 2 p)	*Kuivõrd sageli pöörduvad kaaslased, tuttavad, pere liikmed Teie poole nõu ja arvamuse küsimiseks?* Vastusevariandid: *väga sageli* – 2 p; *küllalt sageli* – 1 p
Sotsiaalse osalus-kapitali indeks (max 17 p, lühendatud skaalale 1–5)	**Usalduse komponent** (max 2 p)	*Mõned arvavad, et enamikku inimestest võib usaldada. Teised aga arvavad, et ümbritsevate inimeste suhtes peab ettevaatlik olema. Kuidas arvate Teie?* Vastusevariandid: *Enamikku inimesi võib täielikult usaldada* – 2 p; *Inimesed on üldiselt usaldusväärsed* – 1 p
	Organisatsioonides osalemise indeks (max 34 p, lühendatud skaalale 1–5)	Korteri-, suvila- ja tarbijaühistud; üürnike ühendused; õigusjärgsete omanike ühendused; usuühingud, kirikukogudused; spordi- ja kehakultuuri organisatsioonid; heategevuslikud klubid (nt Rotary, Lions, Zonta jm); huviklubid, vabaajaklubid (nt kalastamine, moto, aiandus jm); poliitilised ühendused, erakonnad; ametiühingud; eriala- ja kutseliidud; Kaitseliit; pere- ja naisteühendused; noorteklubid, laste- ja noorteühendused; puuetega inimeste ühendused; haridus-, teadus- ja koolitusseltsid, akadeemilised ühendused; keskkonnakaitse või muinsuskaitse ühendused; kultuuriseltsid, kultuuriharrastustega tegelevad ringid ja ühendused; muud organisatsioonid või ühendused Vastusevariandid: *Olen liige, osalen aktiivselt* – 2 p; *Olen liige, aga eriti ei osale* – 1 p
	Valimiste ja poliitilise osaluse ühis-indeks (max 13 p, lühendatud skaalale 1–5) — **Poliitilise osaluse indeks** (max 6 p)	*Kas te olete erinevatel perioodidel (1988–1991, 1992–1999, 2000–2002) osalenud…* ... rahvakogunemistel, avalikel kõnekoosolekutel, allkirjade kogumisel, valimaeelsetel kohtumistel, muudel avalikel üritustel; ... erakonna, liikumise siseüritustel, koosolekutel, kokkutulekutel, seminaridel Iga jah-vastus andis 1 p
	Valimis-osaluse indeks (max 7 p)	*Kas Te olete allpool nimetatud aastatel osa võtnud valimistest?* 1990. a Ülemnõukogu valimised; 1990. a Eesti Kongressi valimised; 1992. a Riigikogu ja presidendi valimised; 1995. a Riigikogu valimised; 1999. a Riigikogu valimised; 1999. a kohalikud valimised, 2002. a kohalikud valimised
	Usalduslikkuse indeks (max 85 p, lühendatud skaalale 1–5)	*Allpool on loetletud erinevaid Eesti ühiskonnas mõjukaid institutsioone ja rühmi, valige igaühe puhul vastusevariant 1–5, mis iseloomustab kõige paremini nende usaldusväärsust Teie jaoks.* Kirik; valitsus; Riigikogu; president; politsei; pangad; kohtusüsteem; Eesti Televisioon; eratelekanalid; ajalehed; Eesti Raadio; eraraadiod; internetiportaalid; ettevõtjad; teadlased; kultuuritegelased; poliitikud Punktid 1–5: *ei usalda üldse* – 1 p; *usaldan täiesti* – 5 p

kuid mitte eriti osalemise eest 1 punkti (tabel 13.5). Organisatsioonides osalemise indeks lühendati 5-pallisele skaalale.

Poliitilise osaluse indeks (mis erineb Raudsaare ja Aare Kasemetsa koostatud poliitilise aktiivsuse indeksist peatükis 10) kajastab

Tabel 13.6. Sotsiaalse võrgustikukapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	% vas-tanutest	Skaalapunktid	% vas-tanutest
1	7,5	Madal (1)	7,5
2	11,8	Alla keskmise (2)	11,8
3	16,6	Keskmine (3)	50,9
4	16,9		
5	17,4		
6	11,3	Üle keskmise (4)	19,5
7	8,2		
8	5,9	Kõrge (5)	9,0
9	2,7		
10	0,4		
Kokku	98,7		98,7
Vastamata	1,3		1,3

kuivõrd on vastaja kolme erineva ajaperioodi ooksul (1988–1991, 1992–1999, 2000–2002) käinud valikel üritustel ja osalenud poliitilistes aktsioonides (vt tabel 13.5). **Valimisosaluse indeks** võtab kokku, kui mitmetest valimistest on vastaja osa võtnud; kokku oli võimalik saada 7 punkti. Valimisosalus ja poliitiline osalus on indeksid, mis annavad ilmselgelt eelise vanematele inimestele, kellel on olnud rohkem võimalusi poliitilise aktiivsuse ülesnäitamiseks. Samas on ka selle indeksi abil fikseeritava sotsiaalse kapitali iseloom selline, mis paratamatult soosib vanemaid inimesi, eeldades poliitilise kogemuse olemasolu.

Valimisosaluse ja poliitilise osaluse indeksid on liidetud **valimiste ja poliitilise osaluse ühisindeksiks** ning sedagi on lühendatud 5-pallisele skaalale.

Sotsiaalse osaluskapitali koosseisu kuulub ka **üldise usalduslikkuse indeks**, mis on arvutatud konkreetsemate usaldust mõõtvate küsimuste põhjal. Inimestelt küsiti, kuivõrd usaldusväärseks nad peavad erinevaid institutsioone, loetelus oli 17 institutsiooni (vt tabel 13.5). Iga institutsiooni usaldusväärsust hinnati skaalal 1–5 ning indeks on kõikide skaalade summa. Ka seda indeksit lühendati viie skaalapunktini.

Sotsiaalse osaluskapitali indeks on analoogiliselt võrgustikukapitaliga samuti lühendatud 5-pallisele skaalale tabelis 13.7 toodud skeemi kohaselt.

Sotsiaalse kapitali koondindeks on saadud osaluskapitali ja võrgustikukapitali summeerimisel, lühendatud tabelis 13.8 toodud skeemi kohaselt.

Nagu tabelist 13.8 näha, on ka sotsiaalse kapitali koondindeksi jaotus pisut erinev tavapärasest

Tabel 13.7. Sotsiaalse osaluskapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	% vas-tanutest	Skaalapunktid	% vas-tanutest
1	2,2	Madal (1)	7,6
2	5,4		
3	11,4	Alla keskmise (2)	22,9
4	11,7		
5	12,6	Keskmine (3)	39,8
6	14,0		
7	11,2		
8	10,2	Üle keskmise (4)	22,4
9	7,4		
10	4,8		
11	2,7	Kõrge (5)	8,7
12	2,9		
13	1,4		
14	1,2		
15	0,4		
16	0,1		
Kokku	99,5		99,5
Vastamata	0,5		0,5

Tabel 13.8. Sotsiaalse kapitali koondindeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	% vas-tanutest	Skaalapunktid	% vas-tanutest
1	0,4	Madal (1)	15,9
2	1,8		
3	3,7		
4	10,0		
5	18,5	Alla keskmise (2)	18,5
6	26,3	Keskmine (3)	26,3
7	20,5	Üle keskmise (4)	20,5
8	12,4	Kõrge (5)	18,8
9	4,7		
10	1,7		
Kokku	99,9		99,9
Vastamata	0,1		0,1

indeksite jaotusest – kogu tabel on pisut kaldu suurema sotsiaalse kapitali poole, skaala keskpunkt on väiksem kui 30%. See on seletatav sotsiaalse võrgustikukapitali ebaühtlase jaotusega. Antud algskaala teistsugune lühendamine suurendaks aga erinevust normaaljaotusest veelgi.

Tabel 13.9. Majandusliku kapitali indeksi koosseis

Majanduslik kapital (max 46 p, lühendatud skaalale 1–5)	*Raha kulub erinevatele asjadele, ja kunagi ei ole teda küllalt. Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks?* Korralikuks toitumiseks; riiete ostmiseks; rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks; oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms); eluaseme kuludeks (küte, vesi jne); korteri meelepäraseks sisustamiseks; remondiks; ajakirjanduse tellimiseks; sportimiseks; reisimiseks; meelelahutuseks, harrastusteks; uue olmetehnika muretsemiseks (TV, külmkapp, mikrolaineahi jne); lähisugulaste toetamiseks; külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks; laste koolitamiseks; laste harrastusteks; õppimiseks, enesetäiendamiseks; kohvikus, restoranis käimiseks; raamatute ostmiseks; teatris, kontserdil käimiseks; auto ostmiseks, uuendamiseks; auto hooldamiseks, sõitmiseks; arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks.

3. Majanduslik kapital

Kuna Bourdieu võttis kultuurilise, sotsiaalse ja sümbolilise kapitali mõiste oma analüüsis kasutusele vastandusena tavaliselt kasutatavale majanduslikule kapitalile, siis ei anna ta viimase kohta kuigi selget määratlust. Üldiselt on majanduslik kapital tema jaoks ratsionaalselt hallatav, nagu seda on üks selle peamisi ühismõõdustajaid, raha, mis teeb selle kapitalivormi suhteliselt kergesti arvutatavaks ja ennustatavaks (Bourdieu 1994). Bourdieu jaoks on majanduslik kapital ennekõike finantsressursid, kuid nagu muudki kapitalid, peab see olema tunnustatud kui väärtust omav, nii et seda saab vahetada ja sellega saab kaubelda (Webb *et al* 2002: 109).

Oma uuringus loobusime püüdlusest väljendada majanduslikku kapitali rahasummana ja püüdsime seda iseloomustada vahetusväärtuste kogumina. **Majandusliku kapitali indeksi** aluseks olid vastused küsimusele, kuivõrd vastajal, tema perel jätkub raha erinevateks väljaminekuteks. Me ei kasutanud kuusissetulekut pereliikme kohta majandusliku kapitali indikaatorina, sest nagu allpool näha, ei näita sissetulek alati inimeste reaalseid võimalusi majanduslikul väljal. Kinnisvara ja auto omamist pidasime indikaatoritena samuti ebaotstarbekaks, kuna nõukogude aeg ja sellele järgnenud iseseisvusaja algusperiood, mil inimesed said erastada neile varem riigi poolt eraldatud elamispindu, on Eesti ühiskonna majandusvälja kinnisvara osas korratuks jätnud. Täna eristab kinnisvara puudumine ilmselt kõige vaesemaid elanikekihte, kuna küsimusele *Kas Teie või Teie pere omanduses on järgmist kinnisvara?* märkis

Tabel 13.10. Majandusliku kapitali indeksi algne sagedustabel ja normaaljaotusele lähedane lühendamine

Algne skaala		Uus skaala	
Skaala-punktid	**% vas-tanutest**	**Skaalapunktid**	**% vas-tanutest**
1	0,8	Madal (1)	11,5
2	1,1		
3	1,8		
4	2,6		
5	2,6		
6	2,4		
7	3,5	Alla keskmise (2)	22,2
8	2,8		
9	3,5		
10	4,2		
11	4,0		
12	3,9		
13	3,2	Keskmine (3)	34,1
14	3,8		
15	3,4		
16	3,8		
17	3,2		
18	3,3		
19	2,9		
20	3,4		
21	3,1		
22	3,6		
23	2,5	Üle keskmise (4)	18,5
24	2,7		
25	2,4		
26	1,9		
27	2,3		
28	2,0		
29	2,1		
30	1,5		
31	1,9		
32	1,1	Kõrge (5)	11,5
33	1,2		
34	1,6		
35	1,5		
36	1,5		
37	0,8		
38	0,8		
39	0,7		
40	0,7		
41	0,6		
42	0,6		
43	0,3		
44	0,2		
45	0,3		
46	1,0		
Kokku	98,8		
Vastamata	1,2		

vastusevariandi *ei ole midagi* vaid 8% vastanutest. Sel põhjusel jätsime majandusliku kapitali mõõdustikust välja kinnisvara ja sissetulekut puudutavad küsimused.

Raha jätkuvuse uurimiseks oli ankeedis loetletud 23 kaupa ja teenust ning indeksis läksid arvesse vastused *Üldiselt jätkub* (2 punkti) ja *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (1 punkt; vt tabel 13.9). Ka see indeks lühendati normaaljaotusele lähedaselt 5-pallisele skaalale (tabel 13.10).

4. Kultuuriline koondkapital ja alamkapitalid rahvarühmades

Järgnevalt annan ülevaate iga kapitali alamindeksite sotsiaal-demograafilisest profiilist.

Tabelist 13.11 on näha, et naiste kultuurihuvi on üldiselt kõrgem kui meestel. Vanuserühmadest on kõige kultuurihuvilisemad 20–54-aastased.

Kultuurihuvi kasvab hariduse kasvades. Vene keelt kõnelejad jagunevad küllaltki ühtlaselt, 29%-l vene keelt kõnelejatest on vähene kultuurihuvi (skaalapunkt 1), kuid ülejäänud rühmad on ühtlase suurusega (23–24%). Seevastu eestlastel on nii madal kui ka madalam keskmine kultuurihuvi (1. ja 2. skaalajaotus) iseloomulik 28–29%-le vastajatest, samas kui kõige kõrgemat kultuurihuvi on alla 20%.

Väga oluline on märkida, et erinevate sissetulerühmade kultuurihuvis pole statistiliselt olulist erinevust.

Kui kultuurihuvi indeksi puhul ei olnud näha seost sissetulekuga, siis kultuuritegevuse indeksi puhul (tabel 13.12) on seos olemas. Madalama sissetulekuga inimeste kultuuritegevuse indeks on märkimisväärselt kõrgem kui kõrgema sissetulekuga inimestel (kõige suurem kultuuritegevus skaalajaotusel punkt 4, on iseloomulik 31%-le kõige madalama sissetulekuga ja 17%-le kõige kõrgema sissetulekuga inimestest). Jõukamatel inimestel ei jää rahateenimise kõrval aega kultuuritegevuseks?

Naised on kultuuritegevuses pisut aktiivsemad. Vanuserühmadest on 20–29-aastased kõige kõrgema kultuuritegevuse näitajaga: kui liita 3. ja 4. skaalapunkt, hõlmab see ligi kaks kolmandikku sellest vanuserühmast, teistes vanuserühmades on suure kultuuritegevusega inimeste osakaal poole väiksem.

Tabel 13.13 annab ülevaate kultuuriressursi indeksi jaotumisest erinevates sotsiaal-demograafilistes rühmades. Ka siin on näha, et 20–29-aastaste seas on kõige rohkem neid, kelle kultuuriline ressurss on kõrge. Veelgi selgem seos on haridusega, samas tuleb meeles pidada, et kuna kooliharidu-

Tabel 13.11. Kultuurihuvi indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	0	1	2	3	4
Sugu**					
Mehed	1	33	27	20	19
Naised	1	25	27	25	22
Vanus**					
15–19	0	24	32	25	19
20–29	1	24	27	25	23
30–44	1	25	25	26	23
45–54	0	28	27	23	22
55–64	1	35	29	16	18
65–74	3	41	26	18	13
Haridus**					
Alg, põhi	1	40	28	16	15
Kesk	1	26	28	25	20
Kõrg	1	24	25	23	27
Keel*					
Eesti	1	29	29	22	19
Vene	1	28	23	24	24
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	1	29	26	24	20
1501–2500	1	31	27	21	20
2501–4000	1	27	25	24	22
4001–6000	2	25	33	21	20
Üle 6000	0	29	24	22	24
Asulatüüp*					
Pealinn	1	27	25	23	24
Suur linn	1	30	23	29	17
Muu linn	2	30	28	19	20
Maa	0	29	31	20	20

** $p < 0{,}01$; * $p < 0{,}05$.

seks kulunud aastad on kultuuriressursi indeksis sees, annab see oma panuse sellesse, et kõrgharidusega inimestest omab pool kõrget kultuuriressurssi. Samas näitab asjaolu, et leidub 5% kõrgharidusega inimesi, kelle kultuuriressurss on väga vähene, et haridus ja kultuuriressurss ei ole päris üks-üheses seoses.

Eestikeelsel elanikkonnal on kultuuriressurssi rohkem kui vene keelt kõneleval elanikkonnal. Märkimisväärne on kultuuriressursi seos elukohatüübiga, pealinlastest on ligi kolmandikul kõrge kultuuriressursi indeks, samas kui teistel rühmadel jääb see kõigil alla 20%.

Tabel 13.14 annab ülevaate erinevate rahvarühmade jaotumisest kultuurilise kapitali koondindeksi skaalal. Nagu juba alamindeksitest arvata võis, nii on ka koondindeksi puhul näha, et vanuselises lõikes eristub kõige rohkem 20–29-aastaste

Tabel 13.12. Kultuuritegevuse indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	0	1	2	3	4
Sugu*					
Mees	0	24	26	26	24
Naine	1	19	22	29	29
Vanus**					
15–19	0	22	25	27	25
20–29	0	15	21	32	32
30–44	0	22	24	26	29
45–54	1	20	26	26	27
55–64	1	29	21	29	20
65–74	2	22	26	26	24
Haridus					
Alg, põhi	2	21	25	27	25
Kesk	0	20	23	28	29
Kõrg	0	25	24	27	24
Keel					
Eesti	0	22	23	29	26
Vene	1	20	24	26	29
Kuusissetulek pereliikme kohta*					
Kuni 1500	1	16	23	29	31
1501–2500	1	20	22	29	27
2501–4000	0	25	26	24	24
4001–6000	0	26	24	28	22
Üle 6000	0	31	28	24	17
Asulatüüp					
Pealinn	0	22	24	26	27
Suur linn	2	18	23	26	31
Muu linn	0	22	24	28	26
Maa	0	22	23	30	24

** p < 0,01; * p < 0,05.

Tabel 13.13. Kultuuriressursi indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	0	1	2	3	4
Sugu					
Mees	0	22	30	26	22
Naine	0	24	31	24	20
Vanus**					
15–19	0	16	34	31	19
20–29	0	10	23	29	37
30–44	0	16	37	26	21
45–54	0	25	30	28	17
55–64	1	39	26	17	17
65–74	0	44	31	16	9
Haridus**					
Alg, põhi	1	48	29	15	7
Kesk	0	20	37	27	16
Kõrg	0	5	15	31	50
Keel**					
Eesti	0	18	28	28	26
Vene	0	33	36	19	12
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	0	30	33	25	12
1501–2500	0	28	34	22	16
2501–4000	0	19	30	26	26
4001–6000	0	10	21	34	35
Üle 6000	0	6	18	19	56
Asulatüüp**					
Pealinn	0	16	28	24	32
Suur linn	0	29	38	20	14
Muu linn	0	24	32	27	17
Maa	0	27	27	26	19

** p < 0,01.

vanuserühm. Kõrge ja üle keskmise kultuuriline kapital on omane ligi poolele 20–29-aastastest, samas kui mitmes teises vanuserühmas on see 30–35% ja üle 55-aastastel lähedane 20%-le.

Kõrgem haridustase on seotud suurema kultuurilise kapitaliga nii selle kapitaliliigi olemusest kui koondindeksi koosseisust tulenevalt, kuid tabelist 13.13 näeme ka, et 17% inimestest, kel ei ole keskharidust, omab keskmisest kõrgemat kultuurilist kapitali ning 22% kõrgharidusega inimestest keskmisest madalamat kultuurilist kapitali.

Emakeele ja kultuurilise kapitali seosed on palju nõrgemad, kuid näeme siiski, et eesti keelt kõnelejate kultuuriline kapitaliseeritus on Eestis veidi suurem.

Kultuuriline koondkapital ei anna statistiliselt olulist seost sissetulekuga pereliikme kohta ($p = 0,06$), ehkki kõige madalama ja kõige kõrgema sissetulekuga vastajate kultuurilises [illegible] on tugevaid erinevusi – suur kultuuriline [illegible] iseloomustab 30% vastajatest sissetulekuga alla 1500 krooni ja 41% vastajatest sissetulekuga mas üle 6000 krooni.

Pealinlased on kultuurilise kapitali [illegible] eelisseisus muude Eesti elanikega võrreldes de hulgas on kõrge kultuurilise kapitaliga [illegible] 7–8% võrra rohkem kui teistes asulatüüpide

5. Erinevad sotsiaalsed kapitalid rahvarühmades

Sotsiaalse kapitali puhul analüüsime algul [illegible] tikukapitali ja osaluskapitali eraldi.

Tabel 13.15 annab ülevaate võrgustikukapitali jaotumisest. Vanuserühmi vaadates [illegible]

Tabel 13.14. Kultuurilise kapitali koondindeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	Madal	Alla keskmise	Keskmine	Üle keskmise	Kõrge
Sugu					
Mees	11	28	32	23	7
Naine	9	24	33	25	9
Vanus**					
15–19	4	29	38	22	8
20–29	4	18	31	36	11
30–44	7	22	36	26	9
45–54	11	26	33	23	8
55–64	18	31	29	17	5
65–74	19	37	28	13	4
Haridus**					
Alg. põhi	20	35	28	14	3
Kesk	8	24	36	26	6
Kõrg	3	19	31	31	17
Keel*					
Eesti	8	25	33	25	9
Vene	12	27	31	22	7
Kuusissetulek pereliikme kohta					
Kuni 1500	10	25	35	25	5
1501–2500	11	30	29	23	8
2501–4000	10	23	34	23	10
4001–6000	5	27	31	25	11
Üle 6000	5	18	37	28	13
Asulatüüp**					
Pealinn	7	24	31	25	13
Suur linn	11	29	31	25	5
Muu linn	14	24	33	23	6
Maa	10	27	35	23	6

** p < 0,01; * p < 0,05.

Tabel 13.15. Sotsiaalse võrgustikukapitali indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	Madal	Alla keskmise	Keskmine	Üle keskmise	Kõrge
Sugu					
Mees	8	13	52	18	8
Naine	7	11	51	21	10
Vanus**					
15–19	4	7	55	21	13
20–29	7	12	47	23	11
30–44	7	12	50	20	10
45–54	5	13	51	22	9
55–64	10	15	53	15	8
65–74	14	12	57	14	3
Haridus**					
Alg, põhi	10	12	55	17	5
Kesk	8	13	52	20	8
Kõrg	5	10	46	23	16
Keel					
Eesti	8	12	53	18	9
Vene	6	12	50	22	10
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	8	11	55	19	7
1501–2500	8	15	51	19	7
2501–4000	7	11	53	17	12
4001–6000	6	9	44	27	14
Üle 6000	4	4	54	24	15
Asulatüüp					
Pealinn	6	11	49	20	13
Suur linn	9	13	52	18	8
Muu linn	8	11	50	23	8
Maa	8	12	54	18	7

** p < 0,01; * p < 0,05.

nimematel vastajatel on üldiselt rohkem võrgustikukapitali. Ka kõrgema haridusega inimestel on rohkem võrgustikukapitali kui madalama haridusega inimestel. Võrgustikukapitali hulk on ka erinevates sissetulekurühmades erinev – kõrgema sissetulekuga inimestel on üldiselt rohkem võrgustikukapitali.

Sotsiaalse osaluskapitali jaotus (tabel 13.16) on rühmade puhul vastupidine võrgustikukapitalile. Kõige rohkem on suure sotsiaalse osaluskapitaliga inimesi 45–54-aastaste hulgas (15%), neid on 15–19-aastaste hulgas vaid 3%. See on tihedalt seotud osaluskapitali mõõtmisega, kuivõrd selle oluline komponent oli erinevatel perioodidel valimistel osalemine ning 15–19-aastased pole saanudki enamikul valimistel osaleda. Tõenäoliselt samal põhjusel on osaluskapital madalam ka vene keelt kõnelevate vastajate seas, sest nende mitte-osalemine valimistel võib olla seotud kodakondsusega.

Kõrgharidusega vastajad omavad rohkem osaluskapitali kui madalama haridusega inimesed. Sissetulekurühmade vahelised erinevused kõrge ja üle keskmise osaluskapitali osas näitavad, et madala sissetulekuga inimeste osaluskapital on märkimisväärselt väiksem kui teistes rühmades (vastavalt 24% ja 32–45%). Samuti on huvitav märkida, et just maainimeste rühmas on kõrge ja üle keskmise sotsiaalse osaluskapitaliga inimesi rohkem kui muudes elukoharühmades (vastavalt 36% ja 26–31%).

Tabel 13.17 annab ülevaate sotsiaalsest kapitalist koondindeksi põhjal, sotsiaalse võrgustikukapitali ja osaluskapitali summa alusel. Hoolimata

Tabel 13.16. Sotsiaalse osaluskapitali indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	Madal	Alla keskmise	Keskmine	Üle keskmise	Kõrge
Sugu					
Mees	7	23	37	23	9
Naine	8	23	39	22	8
Vanus**					
15–19	11	39	36	10	3
20–29	10	31	39	16	4
30–44	7	23	40	23	7
45–54	7	18	32	28	15
55–64	4	14	44	26	11
65–74	9	16	35	28	13
Haridus**					
Alg, põhi	13	27	37	20	4
Kesk	7	24	41	21	7
Kõrg	4	15	31	31	19
Keel**					
Eesti	4	18	38	28	12
Vene	14	33	39	12	2
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	10	28	39	19	5
1501–2500	8	20	39	24	10
2501–4000	6	19	42	22	10
4001–6000	3	16	35	30	15
Üle 6000	1	26	28	33	11
Asulatüüp**					
Pealinn	8	24	38	21	9
Suur linn	13	24	36	22	4
Muu linn	6	20	43	22	9
Maa	5	23	36	25	11

** p < 0,01.

Tabel 13.17. Sotsiaalse kapitali koondindeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	Madal	Alla keskmise	Keskmine	Üle keskmise	Kõrge
Sugu					
Mees	17	18	25	21	19
Naine	15	19	27	20	19
Vanus*					
15–19	16	30	25	16	13
20–29	19	21	25	20	15
30–44	15	17	27	21	20
45–54	13	16	24	22	25
55–64	16	13	29	22	27
65–74	18	18	28	20	16
Haridus**					
Alg, põhi	24	21	24	20	11
Kesk	15	20	29	20	16
Kõrg	9	13	20	23	35
Keel**					
Eesti	13	16	25	24	22
Vene	20	23	29	15	13
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	21	21	25	21	12
1501–2500	14	19	29	20	18
2501–4000	13	16	30	19	22
4001–6000	10	14	20	25	31
Üle 6000	5	14	27	26	27
Asulatüüp					
Pealinn	16	17	25	22	20
Suur linn	21	21	26	21	12
Muu linn	12	20	30	18	20
Maa	15	18	26	21	20

** p < 0,01; * p < 0,05.

vastassuunalistest tendentsidest vanuserühmades erinevate alamkapitalide puhul, on vanuserühmade sotsiaalne koondkapital siiski statistiliselt erinev. Kõrgem ja üle keskmise sotsiaalne kapital iseloomustab keskealisi ja vanemaid vastajaid, olles kõige enam iseloomulik 45–54-aastastele. Haridusrühmades on kõrgharidusega inimestel üldiselt ka kõrgem sotsiaalne kapital. Kõrge sotsiaalne kapital on kõrgharidusega inimestest 36%-l ja vähema kui keskharidusega inimestest 11%-l.

Eesti keelt kõnelevatel inimestel on sotsiaalset kapitali oluliselt rohkem kui vene keelt kõnelevatel inimestel. Sissetulek seostub samuti tugevasti sotsiaalse kapitali omamisega, alates 4000 kroonist pereliikme kohta on keskmisest kõrgemat sotsiaalset kapitali oluliselt sagedamini kui väiksema sissetulekuga rühmades.

6. Majanduslik kapital rahvarühmades

Majandusliku kapitali jagunemine on statistiliselt oluline kõigis vaadeldud rahvarühmades (vt tabel 13.18). Naistel on majanduslikku kapitali mõõdetud keskmisväärselt vähem kui meestel.

Vanuserühmade lõikes on noorte, 15–19-aastaste hulgas kõige rohkem neid, kelle majanduslik kapital on kõrge (27%), samas on see osaliselt seletatud ka sellega, et neil on vähem erinevaid varasid ning et tõenäoliselt on nende vanemad valmis pigem justki loobuma, et lapsed ei tunneks millestki puudust. Kõige enam on erinevatest asjadest ja nähtustest sunnitud loobuma vanim earühm: enamik kaks kolmandiku neist on madala või alla keskmise majandusliku kapitaliga.

Tabel 13.18. Majandusliku kapitali indeks rahvarühmades

% rahvarühmast

	Madal	Alla keskmise	Keskmine	Üle keskmise	Kõrge
Sugu**					
Mees	9	16	33	24	19
Naine	14	28	35	16	7
Vanus**					
15–19	5	10	29	28	27
20–29	5	17	42	23	13
30–44	4	22	36	23	15
45–54	14	21	32	22	11
55–64	18	25	37	10	10
65–74	32	38	24	5	1
Haridus**					
Alg. põhi	22	26	26	16	9
Kesk	11	24	37	18	10
Kõrg	2	12	35	27	24
Keel**					
Eesti	9	20	36	22	13
Vene	17	26	32	14	12
Kuusissetulek pereliikme kohta**					
Kuni 1500	21	32	32	12	3
1501–2500	12	28	38	15	7
2501–4000	3	12	39	28	18
4001–6000	0	6	34	32	28
Üle 6000	3	2	14	31	50
Asulatüüp*					
Pealinn	9	20	34	21	16
Suur linn	17	22	32	18	10
Muu linn	12	24	34	20	11
Maa	10	23	36	19	12

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.

Haridusrühmade lõikes on näha, et kõrgema haridusega inimeste seas on rohkem neid, kellel on kõrge majanduslik kapital (24%, teistes haridusrühmades 9–10%).

Keelerühmades ei ole kõrge majandusliku kapitali osas erinevusi märgata, kuid alla keskmise majandusliku kapitaliga rühma kuulub venekeelsest elanikkonnast 43% eestikeelse 29% vastu.

Sissetulek ja raha jätkumine kõigeks vajalikuks on ootuspäraselt tugevasti seotud, kuid siiski mitte üks-üheselt. Nagu näeme, on ka kõige madalama sissetulekuga inimeste seas neid, kes hindavad oma majanduslikku kapitali kõrgeks (3%) või üle keskmise olevaks (12%).

7. Kapitalide omavahelised seosed

Kapitalide omavahelise seose uurimine näitab, et kõik erinevad kapitalid on statistiliselt omavahel seotud (tabel 13.19). Tabelist on näha, et kõige tugevamaid seoseid (0,77–0,58) annavad kapitalid, mis tegelikult kuuluvad üksteise sisse. Siit on ka näha, et sotsiaalse kapitali puhul määrab võrgustikukapital koondindeksit õige pisut vähem kui osaluskapital. Kultuurilise kapitali koosseisus on kõige domineerivam kultuurihuvi indeks (0,68) ning kultuuritegevuse indeksi mõju on tagasihoidlikum (0,58).

Kolme põhilise kapitali vahelistest seostest tugevaim on kultuurilise ja sotsiaalse kapitali omavaheline seos (0,36), sellele järgneb sotsiaalse kapitali ja majandusliku kapitali seos (0,25) ning suhteliselt väiksem (kuigi samuti statistiliselt oluline) on seos majandusliku ja kultuurilise kapitali vahel (0,17).

Ainus kapitaliindeksite paar, mis mingit korrelatsioonilist seost ei oma, on kultuuritegevus ja sotsiaalne osalus. Kultuuritegevuse indeksi seosed on üldse märgatavalt nõrgemad kui teistel kapitaliindeksitel, mis on ka mõistetav, kuivõrd see indeks võtab arvesse ka varasemaid, sageli koolipõlve-aegseid kultuuriharrastusi.

Lisatabelid 13.1–13.3 annavad ülevaate erinevate kapitalirühmade omavahelisest jagunemisest. Lisatabel 13.1 näitab, et kõrge kultuuriline kapital tähendab 46%-l juhtudest ka kõrget sotsiaalset kapitali, samas kui madala sotsiaalse kapitaliga on vaid 3% kõrge kultuurilise kapitaliga vastanutest. Kõrge kultuuriline kapital on aga vaid 19%-l juhtudest seotud kõrge majandusliku kapitaliga, samas kui madal kultuuriline kapital on omane 11%-le suure majandusliku kapitaliga inimestest.

Kõrge majandusliku kapitaliga rühmas on kolmandikul vastajatest ka kõrge sotsiaalne kapital, samas kui kõrge kultuuriline kapital on omane vaid 9%-le kõrge majanduskapitaliga vastajatest.

Kõrgeimas sotsiaalse kapitali rühmas on viiendik vastajatest kõrge majandusliku kapitaliga. Samamoodi on kõrge majandusliku kapitali ja kultuurilise kapitali omajate osakaal suure võrgustiku- ja osaluskapitaliga inimeste seas ligikaudu 20%. Kõrget võrgustikukapitali omavad 28% kõrge majandusliku kapitaliga inimestest, samas kui kõrge osaluskapitaliga inimesi on nende hulgas veidi vähem – 20%.

Lisatabel 13.4 näitab, et sotsiaalse võrgustikukapitali ja sotsiaalse osaluskapitali kattuvus on küll statistiliselt oluline, ent siiski suhteliselt väike. Kõrge võrgustikukapitaliga inimestest vaid viiendikul on ka kõrge osaluskapital.

Tabel 13.19. Kapitalide omavahelised korrelatsioonid

Pearsoni korrelatsioonikordajad; seosed on statistiliselt olulised nivool $p < 0,01$

	Sotsiaalne kapital	Sotsiaalne osaluskapital	Sotsiaalne võrgustikukapital	Majanduslik kapital	Kultuuriline kapital	Kultuuriressursi indeks	Kultuuritegevuse indeks	Kultuurihuvi indeks
Sotsiaalne kapital	1	0,77	0,72	0,25	0,36	0,34	0,08	
Sotsiaalne osaluskapital	0,77	1	0,19	0,21	0,20	0,25	-0,03*	
Sotsiaalne võrgustikukapital	0,72	0,19	1	0,18	0,36	0,30	0,14	
Majanduslik kapital	0,25	0,21	0,18	1	0,17	0,37	-0,15	
Kultuuriline kapital	0,36	0,20	0,36	0,17	1	0,66	0,58	
Kultuuriressursi indeks	0,34	0,25	0,30	0,37	0,66	1	0,10	
Kultuuritegevuse indeks	0,08	-0,03*	0,14	-0,15	0,58	0,10	1	
Kultuurihuvi indeks	0,31	0,18	0,30	0,13	0,68	0,26	0,09	

* Statistiliselt oluline seos puudub.

Kokkuvõte

Käesoleva uurimuse näol on tegemist Eestis esimese omataolisega, mis uurib kompleksselt kultuurilist, sotsiaalset ja majanduslikku kapitali. Kapitalide uurimine on huvitav väljakutse, mida on oluline edasi arendada ja millele saab järgmistes küsimustikes juba detailsemat ja teadlikumat tähelepanu pöörata. Antud käsitlus on hea alus mitmetele uurimistöödele, mis annavad võimaluse võrrelda erinevaid kapitalirühmi ka muude tunnuste lõikes, näiteks on analüüsitud internetikasutust kapitalirühmades (Vengerfeldt & Runnel 2004).

Põhilise üldise järeldusena võib antud uuringust esile tuua, et kuigi erinevad kapitaliliigid on omavahel seotud, on võimalik öelda, et majandusliku, sotsiaalse ja kultuurilise kapitali näol on selgelt tegemist eri liiki ressurssidega. Algtunnuste koondamine indeksiteks ja koondindeksiteks võimaldab välja tuua erinevate rahvarühmade erinevaid positsioone majanduslikul, sotsiaalsel ja kultuurilisel väljal.

Majanduslik kapital on kapitaliliikidest kõige konkreetsem ja kõige selgemini mõõdetav ning, arvestades Eesti ühiskonna praegust arengutaset, erinevaid rahvarühmi kõige selgemalt eristav.

Kultuurilise kapitali mõõtmine on antud ankeedi raames olnud ilmselt kõige põhjalikum ning tulemused üsnagi huvipakkuvad. Statistiliselt olulise seose puudumine sissetuleku ja kultuurilise koondkapitali vahel on seejuures kõige huvitavam ja ehk ka kõige rõõmustavam uurimistulemus.

Sotsiaalne kapital on oma iseloomult kõige problemaatilisem ja ka kõige raskemini mõõdetav. On olemas terve rida sotsiaalse kapitali [illegible] võimalusi, kuid nende realiseerimine on [illegible] üsna keeruline ning oleks viinud niigi [illegible] hulise ankeedi veel mahukamaks. Antud [illegible] sega saadud kogemus annab lootust [illegible] lahendusteks edaspidi.

Kasutatud kirjandus

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.* Cambridge: Harvard University Press.

Field, J. (2003). *Social Capital.* London, New York: Routledge.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community.* New York: Simon and Schuster.

Tooding, L.-M. (1999). *Andmeanalüüs sotsiaalteadustes.* Tartu: Tartu Ülikool.

Vengerfeldt, P. & Runnel, P. (2004). Belonging to the Digital Divide: Capitals and User Practices. In: Sudweeks, F. & Ess, C. (eds), *Proceedings of the Fourth International Conference on Cultural Attitudes Towards Technology and Communication 2004,* Karlstad, Sweden, 27 June – 1 July. Murdoch: School of Information Technology, Murdoch University.

Vihalemm, P. (2004). Empiiriliste meediumite areng Eestis 1965–2004. Rmt: Vihalemm, P. (toim), *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Webb, J., Schirato, T. & Danaher, G. (2002). *Understanding Bourdieu.* London: Sage.

14

HINNANGUD EESTI ÜHISKONNAS TOIMUNUD MUUTUSTELE

Marju Lauristin

Sissejuhatus

Elanikkonna hinnangud siirdeühiskondades toimunud muutustele on olnud rahvusvahelise tähelepanu orbiidis reformide algusest peale. Nende analüüsi on enamasti tehtud avaliku arvamuse uuringute paradigmas, s.o hinnanguid on vaadeldud kui indikaatorit reformipoliitika pooldamise- ja erinevates maades. Balti riikides on selliste uuringutega tuntuks saanud briti sotsioloog ja poliitoloog Richard Rose, kelle "Balti baromeeter" on oma aitus allikas kolme Balti riigi sisearengutele rahva poolt antava toetuse võrdlemiseks. Richard Rose'i juhtimisel on Euroopa postkommunistlikes maades alates 1991. a regulaarselt korraldatud avaliku arvamuse uurimusi, milles ühiskondlikke muutusi on mitmekülgselt hinnatud. Eestis, Lätis ja Leedus on selliseid uurimusi seni korraldatud viel korral: septembris–oktoobris 1993, aprillis 1995, novembris 1996, märtsis 2000, oktoobris 2001 (Rose & Maley 1994; Rose 1995; Rose 1997; Rose 2000; Rose 2002). Oleme Rose'i andmetele tuginedes põhjalikult võrrelnud muutuste dünaamikat Eestis, Lätis ja Leedus aastatel 1991–1997 (vt Lauristin & Vihalemm 1998).

Uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* selgitasime inimeste hinnanguid üldistele, kogu Eesti riiki puudutavatele protsessidele kui ka inimeste heaolu, turvatunnet, töö- ja haridusvõimalusi puudutanud muutustele. Samuti oli meie küsimustikus traditsiooniline üldhoiaku küsimus selle kohta, kas vastaja usub enda ja oma pere elu muutuvat paremaks või halvemaks.

Meie küsitluses ei olnud neil küsimustel aga tavapärast avaliku arvamuse mõõtmise ülesannet. Meid huvitas inimeste jaotumine suhtumise järgi muutustesse ning need objektiivsed ja subjektiivsed tegurid, mis erinevat suhtumist võiksid kujundada. Nii nagu ka enese asetamises teatud ühiskonnakihti, mida kirjeldame lähemalt järgmises peatükis, nägime nendes hinnangutes väljenduvat inimeste suuremat või väiksemat suutlikkust toime tulla uues normatiivses, sotsiaalses ja materiaalses keskkonnas, end selle keskkonnaga suhestada. Objektiivsete teguritena vaatleme rahvuslikku kuuluvust ja materiaalset olukorda, subjektiivsete tegurite seas huvitab meid eeskätt toimetulek muutustega, maailmavaatelised erinevused ning abstraktsemad väärtusorientatsioonid.

Lähtudes eelnevast arutlusest, vaatleme hinnanguid muutustele mitte niivõrd nende muutuste iseloomu peegeldusena kui neid muutusi hindavate inimeste positsiooni ja arusaamade väljendusena, ehk teisisõnu, kui sotsiaalset representatsiooni. Selles representatsioonis eeldame kahe dimensiooni – *eduideoloogia* ning *sotsiaalse kriitilisuse* – väljendumist.

Järgnevas ülevaates püüame vastata järgmistele küsimustele.

- Kuidas mõjutab inimeste hinnanguid Eestis toimunud muutustele nende sotsiaalne taust (rahvuslik, sotsiaalne, põlvkondlik kuuluvus, elukoht)?
- Millised on üldlevinud hinnangumustrid lähtudes erinevates valdkondades toimunud muutustele antud hinnangutest?
- Kuidas mõjutab nende hinnangumustrite kujunemist inimeste maailmavaade ja üldisemad väärtusorientatsioonid?

1. Hinnangute üldtendentsid ja neid kujundavad tegurid

Üldtendentsina näitas 2003. a algul tehtud küsitlus seda, et vaatamata avalikkuses levinud kriitilistele hoiakutele püsib üldhinnang muutustele eestlaste seas valdavalt positiivsena (vt tabel 14.1). Koguvalimis on rõõmustajate ülekaal suhteliselt napp –

Tabel 14.1. Üldhoiak muutuste suhtes (keele-, soo- ja vanuserühmades)

% rühmast

	N	Muutused on olnud minu jaoks üldiselt...				
		... rõõmustavad	... pigem rõõmustavad kui kurvastavad	Raske öelda	... pigem kurvastavad kui rõõmustavad	... kurvastavad
Koguvalim	1470	14	41	22	20	2
Keel						
Eesti	940	18	48	15	17	2
Vene	509	7	28	34	27	3
Sugu						
Mehed	684	17	41	20	19	3
Naised	786	11	40	24	22	2
Vanus						
15–19	148	19	41	27	10	0
20–29	267	16	44	21	14	3
30–44	397	13	41	24	22	1
45–54	261	12	35	21	29	3
55–64	213	14	39	20	23	3
65–74	184	11	46	20	18	4

Tabel 14.2. Hinnangud muutustele eesti- ja venekeelsete vastajate seas

Hinnangute keskmised 3-pallisel skaalal (3 – positiivne, 2 – neutraalne, 1 – negatiivne); pingerida koguvalimi järgi. Kõigi hinnangute erinevus eesti- ja venekeelsete vastajate vahel on statistiliselt oluline nivool $p < 0,01$.

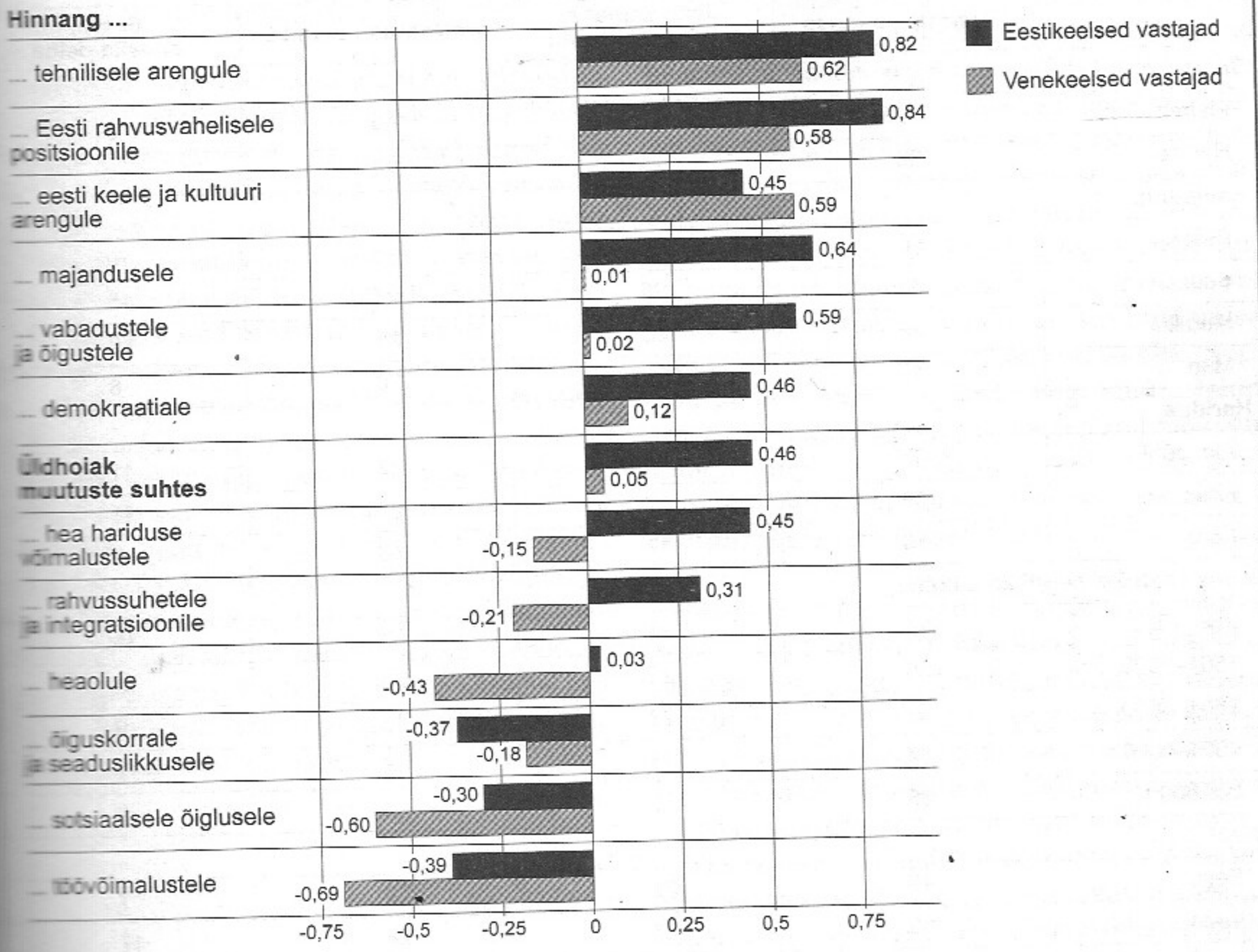
Hinnang ...	Eestikeelsed vastajad	Venekeelsed vastajad	Koguvalim
... tehnilisele arengule	2,82	2,62	2,76
... Eesti rahvusvahelisele positsioonile	2,84	2,58	2,75
... eesti keele ja kultuuri arengule	2,45	2,59	2,50
... majandusele	2,64	2,01	2,43
... vabadustele ja õigustele	2,59	2,02	2,40
... demokraatiale	2,46	2,12	2,35
Üldhoiak muutuste suhtes	2,46	2,05	2,33
... hea hariduse võimalustele	2,45	1,85	2,26
... rahvussuhetele ja integratsioonile	2,31	1,79	2,14
... heaolule	2,03	1,57	1,88
... õiguskorrale ja seaduslikkusele	1,63	1,82	1,69
... sotsiaalsele õiglusele	1,70	1,40	1,60
... töövõimalustele	1,61	1,31	1,51

suhe rõõmustajate, kõhklejate ja kurvastajate vahel 55 : 22 : 22. Selline jaotus, kus hinnang siirdeajal ühiskonna majanduslikus ja poliitilises süsteemis toimunud muutustele on valdavalt positiivne, on olnud Eestile iseloomulik alates 1996. a (vt Rose 1995, 1997, 2000, 2002). Ehkki Eesti püsivalt positiivne hinnangusaldo on Balti riikide ja endiste NSVL vabariikide seas erandlik, paistab Eesti koos Lätiga Euroopa Liidu liikmesriikide hulgas ometi silma kõige suurema eluga rahulolematute protsendi poolest (vt Aasmäe 2004).

Ootuspäraselt on eestlaste ja mitte-eestlaste hinnangud muutustele vägagi erinevad. Kui [illegible] eestlastest tunneb kõigele vaatamata muutuste rõõmu, siis mitte-eestlaste seas on rõõmustajaid vaid 35%. Võrreldes üldhinnangut muutustele soo ja vanuse lõikes, on erinevused tunduvalt väiksemad. Soolises võrdluses on mõnevõrra positiivsema hoiakuga mehed. Vanuserühmi võrreldes [illegible]kab nooremate vastajate positiivsema suhtumise üldise tendentsi taustal silma, et neid, kelle muutused ei rõõmusta, ei esine kõige rohkem mitte vanimate vastajate seas, vaid hoopis vanemate keskeas (45–54 aastat).

Joonis 14.1. Muutustehinnangute erinevus keskmisest eesti- ja venekeelsete vastajate seas

Erinevused skaala neutraalsest keskpunktist 3-pallisel skaalal



Püüame järgnevas analüüsis avada selle suhte tugevamaid ning täpsustada muutustesse suhtumist nii konkreetsete valdkondade kui ka hinnangumustrite lõikes. Hindamise objektidena tõime kümnestikus peale üldise hoiaku muutuste suhtes välja 12 valdkonda: Eesti rahvusvaheline positsioon; majanduse areng; tehniline areng; eesti keele ja kultuuri areng; vabaduste ja õiguste kaitse; demokraatia areng; rahvussuhted ja integratsioon; hea hariduse võimalused; heaolu ja materiaalne rahulolu; õiguskord ja seaduslikkus; sotsiaalne õiglus; töövõimalused.

Koguvalimi keskmiste alusel järjestusid need valdkonnad muutuste vastuvõetavuse alusel tabelis 14.2 toodud järjekorras.

Hinnangute pingerida (kus positiivne üldhinnang tähendab keskmise väärtust üle 2,0) näitab, et valdkonnast 8 on hinnatud positiivselt, ka on enamik positiivne selle suhtes, millises suunas elu võiks lähiajal muutuda. Positiivselt hinnatakse muutusi n-ö süsteemi tasandil, riigi arengu üldiste tendentside seisukohalt. Samas on üldlevinud emotsionaalsem hoiak muutuste suhtes sotsiaalsfääris, mis puudutavad eeskätt isiku tasandil – sotsiaalse õigluse, seaduslikkuse ja õiguskorra ning hea töö saamise võimaluste valdkonnas.

Vaadates joonist 14.1, saame eristada neid valdkondi, mille suhtes esineb positiivsete või ka negatiivsete hinnangute osas konsensus eestlaste ja mitte-eestlaste vahel, ning valdkondi, kus rahvuste lõikes hinnangud erinevad või koguni vastanduvad. Positiivne konsensus valitseb Eesti kui rahvusriigi saavutuste tunnustamise osas nii rahvusvahelisel tasemel kui ka eesti keele ja kultuuri kaitsmisel kodus. Negatiivne konsensus ilmneb nii eestlaste kui venekeelse elanikkonna üksmeelses rahulolematuses sotsiaalse õigluse ning seaduste järgimise ja õiguskorraga. Samas lähevad hinnangud lahku haridusvõimaluste ning integratsioonipoliitika edukuse hindamisel, kus eestlaste seas domineerib positiivne, muulaste seas aga negatiivne suhtumine. Üldhinnangus on eestlased üldiselt palju positiivsemad ning annavad palju kõrgemaid hinnanguid ka demokraatiale, vabaduste ja õiguste kaitsele, samuti arengutele Eesti majanduses. Venekeelsete vastajate kõrgema hinnangu pälvis aga tehnika areng, kus ilmselt kajastub nii erinev taustsüsteem (vene *vs* lääne

Tabel 14.3. Vastajate prognoos oma pere olukorra muutumisele (rahvarühmades)

Kas üldiselt läheb Teie ja Teie pere elu paremuse või halvemuse suunas?; % rühmast

	Paremuse suunas	Jääb samaks, midagi ei muutu	Halvemuse suunas	Ei tea, ei oska öelda
Sugu				
Mehed	47	24	19	9
Naised	38	25	24	12
Asulatüüp				
Pealinn	50	21	19	10
Suur linn	33	25	27	15
Muu linn	39	25	24	10
Maa	42	29	20	8
Haridus				
Alg, põhi	38	28	22	11
Kesk	39	27	23	11
Kõrg	55	17	18	9
Kuusissetulek pereliikme kohta				
Kuni 1500	25	31	33	11
1501–2500	36	26	23	13
2501–4000	53	23	15	9
4001–6000	67	18	8	7
Üle 6000	85	7	6	2
Keel				
Eesti	49	25	19	7
Vene	30	25	28	17
Vanus				
15–29	54	20	15	10
30–44	45	26	19	10
45–64	36	25	28	11
65–74	26	34	30	10
Koguvalim	42	25	22	10

Tabel 14.4. Elu paremuse/halvemuse suunas muutumise hinnangu seosed teiste tunnustega

	Pearsoni korrelatsioonikordaja ($p < 0{,}01$)
Kas muutused rõõmustavad	0,547
Rahalise jõukuse indeks	0,450
Hinnang muutustele heaolus ja materiaalses tarbimises	0,373
Sissetulek pereliikme kohta	0,346
Millises ühiskonnakihis asute Te praegu ise?	0,338
Hinnang muutustele majanduses	0,300
Hinnang muutustele töövõimalustes	0,296
Eesti-sisese liikuvuse indeks	0,296
Konsumerismi indeks	0,281
Hinnang muutustele hea hariduse saamise võimalustes	0,258
Hinnang muutustele demokraatias	0,257
Arvuti kasutamise mitmekülgsuse indeks	0,250
Hinnang muutustele vabadustes ja inimõigustes	0,246
Hinnang muutustele Eesti rahvusvahelises positsioonis	0,203

tehnika) kui ka muulaste seas rohkem au sees olevate tehnika-elukutsete mõju. Mitte-eestlased on üldiselt palju kriitilisemad, ning on isegi üllatav, et töövõimaluste muutumist on negatiivsemalt hinnanud eestlased.

Isiklikku suhtumist muutustesse väljendab enda ja oma pere olukorra prognoos lähiaastateks. Vastustest küsimusele *Kas üldiselt läheb Teie ja Teie pere elu paremuse või halvemuse suunas?* ilmneb, et oma elu suhtes on tendentsina optimistlikumad üle keskmise sissetulekuga pealinnas elavad noored või keskealised eesti mehed (vt tabel 14.3).

Mõistmaks, millise kriteeriumi alusel on vastajad hinnanud elu paranemise võimalusi, toome ära antud tunnuse korrelatsioonid teiste tunnustega (tabel 14.4).

Nende seoste põhjal saame teha järeldusi selle kohta, mida vastajate jaoks tähendab parem või halvem elu. Nagu näeme, on ettekujutus heast või halvast elust kõige tugevamini seotud materiaalse elujärje paranemisega, mille eeldusena nähakse ühelt poolt Eesti üldist majanduslikku edenemist, teisalt aga paremaid töö ja hariduse saamise võimalusi. Märkimisväärne on ka Eesti-sisese liikuvuse ja arvutikasutuse olulisus.

2. Muutustehinnangute muster klasteranalüüsi põhjal

Kuna üksikhinnagute alusel kujunev pilt muutustehinnangute teguritest ning seostest on liiga killustatud, et saada selget ülevaadet erineva suhtumise taustateguritest, kasutasime üldisemate tendentside selgitamiseks muutustehinnangute klasteranalüüsi. Klastrite moodustamise aluseks võtsime eelpool käsitletud hinnangud erinevates valdkondades toimunud muutustele, samuti üldise hoiaku muutuste suhtes. Klasteranalüüsi abil jaotasime vastajad viide muutuste hindamisel omavahel piisavalt eristuvasse rühma ehk tüüpi. Edaspidises analüüsis käsitlemegi muutustehinnanguid ja nende seoseid nende viie hinnangumustri tüübi alusel (klastrid A, B, C, D ja E). Muutustehinnangu klastritele iseloomulikust muutushinnagute mustrist annab ülevaate tabel 14.5.

Tabelist 14.5 näeme, et mustvalget jaotust muutuste pooldajateks ning vastasteks Eesti ühiskonnas ei ole, tegemist on hoopis nüansirikkama mustriga. Välja arvatud kõige suhtes negatiivselt häälestatud E-klastris, on üldiselt tunnustust leidnud Eesti rahvusvahelise positsiooni muutumine, majanduse areng ja tehniline moderniseerumine.

Täielikuks vastandiks negativistlikule E-klastrile, millesse kuulub ligi viiendik vastanutest, on erikaalult sama suur ebakriitiline A-klaster, milles

Tabel 14.5. Muutustehinnangute klastrid

Hinnang ...	**A:** Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud
Klastri osakaal (%)	18	20	24	20	19
...Eesti rahvusvahelisele positsioonile	+	+	0	0	– –
...majandusele	+ +	+ +	0	0	– –
...demokraatiale	+	+	0	0	– –
...vabadustele ja õigustele	+ +	+	0	+	– –
...heaolule ja tarbimisvõimalustele	+ +	+ +	– –	0	– –
...tehnilisele arengule	+	+	0	0	–
...sotsiaalsele õiglusele	+ +	0	–	–	– –
...seaduslikkusele	+ +	– –	0	0	–
...eesti keele ja kultuuri arengule	+	–	0	0	–
...rahvussuhetele ja integratsioonile	+ +	0	0	0	–
...hea hariduse võimalustele	+ +	+ +	+ +	– –	– –
...töövõimalustele	+ +	+ +	–	–	–
Üldhoiak muutuste suhtes	+ +	+ +	0	0	– –

0 Hinnang ei erine keskmisest oluliselt (erinevus < 0,1 skaalapunkti).
+ / – Erinevus keskmisest 0,1–0,4 skaalapunkti.
+ + / – – Erinevus keskmisest > 0,4 skaalapunkti.

kõik hinnangud on positiivsed või isegi üliposi-tiivsed. Positiivse mustri pehmemat varianti esindab B-klaster, kus üldise positiivse suhtumise taustal on negatiivselt hinnatud seaduste täitmist ja õiguskorda ning veidi kriitilisem kui A-klastris on ka hinnang eesti keele ja kultuuri arengule ning sotsiaalsele õiglusele, ilma et hinnataks negatiivselt ühtki konkreetset sotsiaalvaldkonda kuuluvat probleemi. Seetõttu nimetasime selle klastri positiivseks, kuid riigi toimimise suhtes murelikuks. Kokku moodustavad need tugevalt positiivse üldhäälestusega klastrid 38% koguvalimist.

Ülejäänud kaks klastrit, C ja D, mis kokku annavad 44% vastanutest, on oma suhtumiselt muutustesse ambivalentsed: kui hinnangud riiklusele ning sellega kaasnevatele üldarengutele, sh majandusreformidele on siin positiivsed, on sotsiaalne õiglus ning konkreetse sotsiaalpoliitika rakendused töö- ja haridusvõimaluste kättesaadavuse näol saanud kriitilise hinnangu. Seejuures eristab mõõdukalt sotsiaalkriitilist C-klastrit ja isiklike arenguvõimaluste suhtes täiesti rahulolematut D-klastrit just hariduse kättesaadavuse hinnang: C-klastris on see positiivne, D-klastris aga täiesti negatiivne. C-klaster on aga samas kriitilisem üldiste tarbimisvõimaluste ja heaolu suhtes.

Lähemat valgust hinnangumustrite erinevuste tagamaadele annab hinnanguklastrite koosseisu analüüs.

3. Hinnanguklastrite koosseis

Järgnevalt püüamegi selgitada, millistest teguritest on inimeste suhtumine muutustesse tingitud. Võrdleme seejuures erinevatesse hinnanguklastritesse kuuluvate vastajate objektiivset demograafilist ja sotsiaalmajanduslikku tausta ning selliste subjektiivsete tegurite eristavat rolli, nagu enda ühiskondliku positsiooni ja kaasatuse tunnetus, väärtushinnangute erinevus, informeeritus.

Hinnanguklastrite sotsiaalsest taustast ja demograafilistest koosseisust annab ülevaate tabel 14.6.

Kui koguvalimis vastab klastritesse jaotus normaaljaotusele, mille positiivne poolus (A-klaster) ja negatiivne poolus (E-klaster) on tasakaalus ning mõlemad suhteliselt väiksemad, kõige suurem on aga keskmine, enam-vähem tasakaalustatud hinnangutega C-klaster, siis pilt muutub, kui vaadelda eestlasi ja mitte-eestlasi eraldi kogumitena. Rahvuslike kogukondade hinnangumustrites tuleb selgesti ilmsiks tendents, et eestlased kalduvad positiivse üldhäälestusega mustrite suunas, venekeelses elanikkonnas aga domineerib üldine suund negatiivse taustaga hinnangumustritele (vt joonis 14.2).

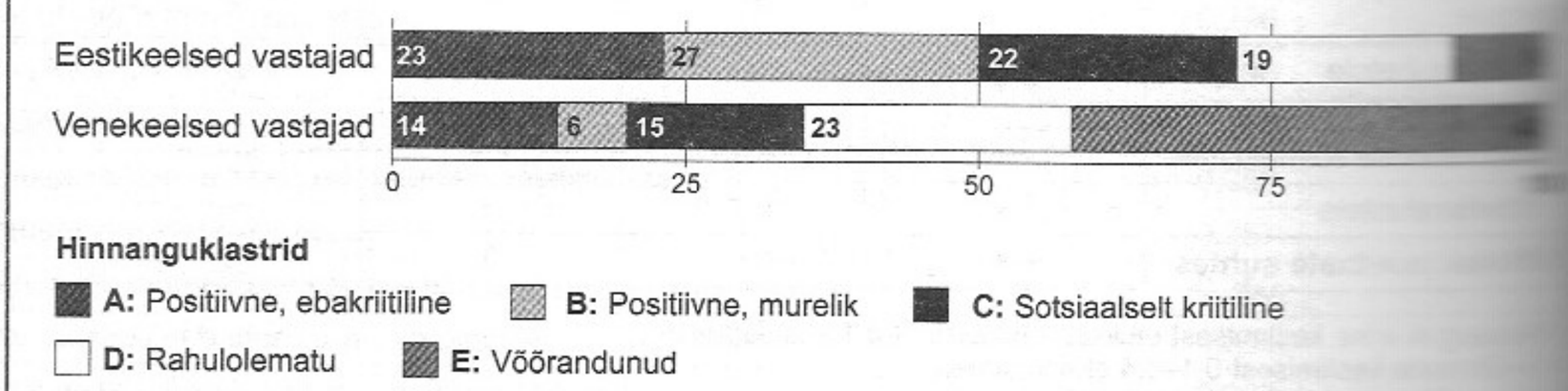
Oluline on märkida ka seda, et linna- ja maaimeste vahelised erinevused häälestuses muutuste suhtes ilmnevad pehmemal kujul kui rahvusest kodakondsusest tingitud vahed. Siiski, maaimeste esindatuselt paistab silma kolmas, Eesti üldiste arengute suhtes positiivselt häälestatud, kuid heaolu ja eriti töövõimaluste suhtes kriitiline C-klaster.

Klastrite soolises ja vanuselises koosseisus on vaid väiksemaid kõrvalekaldeid koguvalimi koosseisust. Tendentsina on kriitilisemates klastrites väike naiste ülekaal. Klastrite vanuseline taust on suhteliselt ühtlane, ehkki tasub märkida, et keskealise grupi esindajaid on suhteliselt kõige rohkem kriitilistes klastrites D ja E.

Olulisemalt eristab hinnanguklastreid haridus, eriti kõrgharidus, mis on keskmisest enam esindatud positiivsete hinnanguklastrite A ja B koosseisus.

Sissetuleku järgi klastreid võrreldes näeme, et keskmise sissetulekuga inimesed jaotuvad klastritesse väga ühtlaselt, keskmisest suurema sissetuleku puhul aga ei ole tõenäoline kuulumine negatiivsetesse klastritesse. Ehkki kõige väiksema sissetuleku esindatus on ootuspäraselt väikseim positiivsetes klastrites, on siiski väikseima sissetulekuga inimesi küllalt palju kõigis klastrites. Kui aga asendame sissetulekunumbrid inimeste endi hinnangutega oma toimetulekuvõimalustele mõnehalise jõukuse indeksiga, mis näitab kokkuvõttes peres erinevateks vajadusteks piisavate vahendite

Joonis 14.2. Eesti- ja venekeelsete vastajate jaotumine hinnanguklastritesse



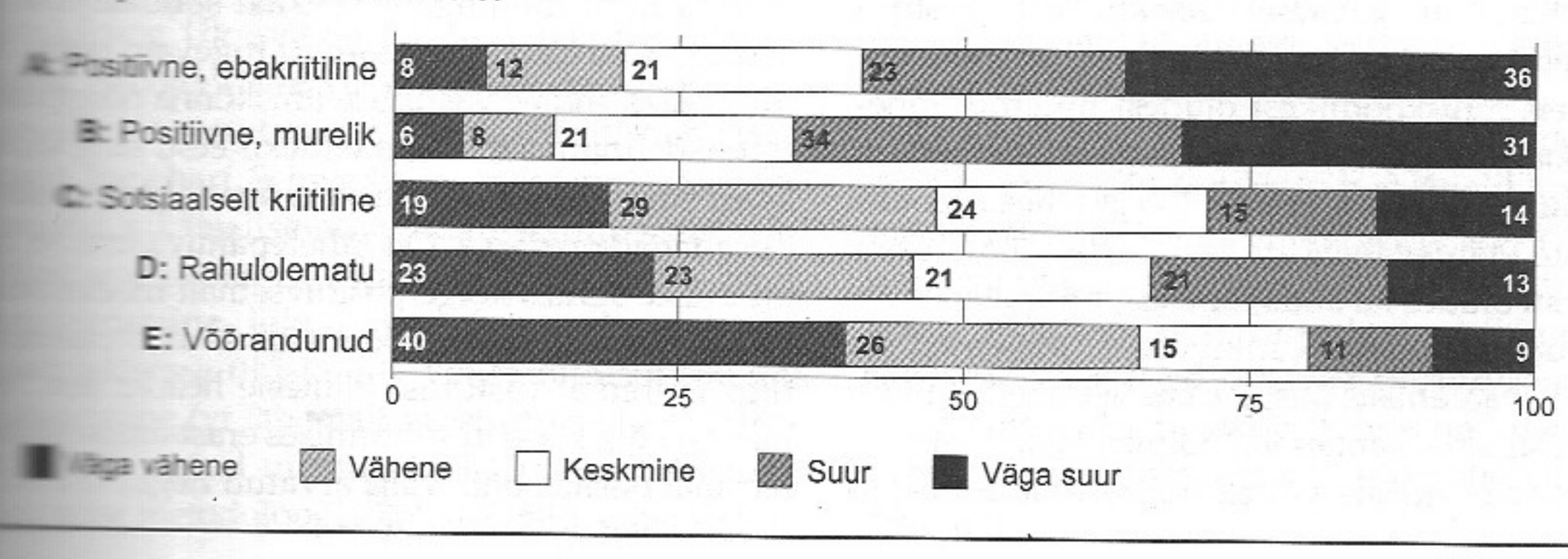
Tabel 14.6. Hinnanguklastrite sotsiaal-demograafiline koosseis

% klastrist

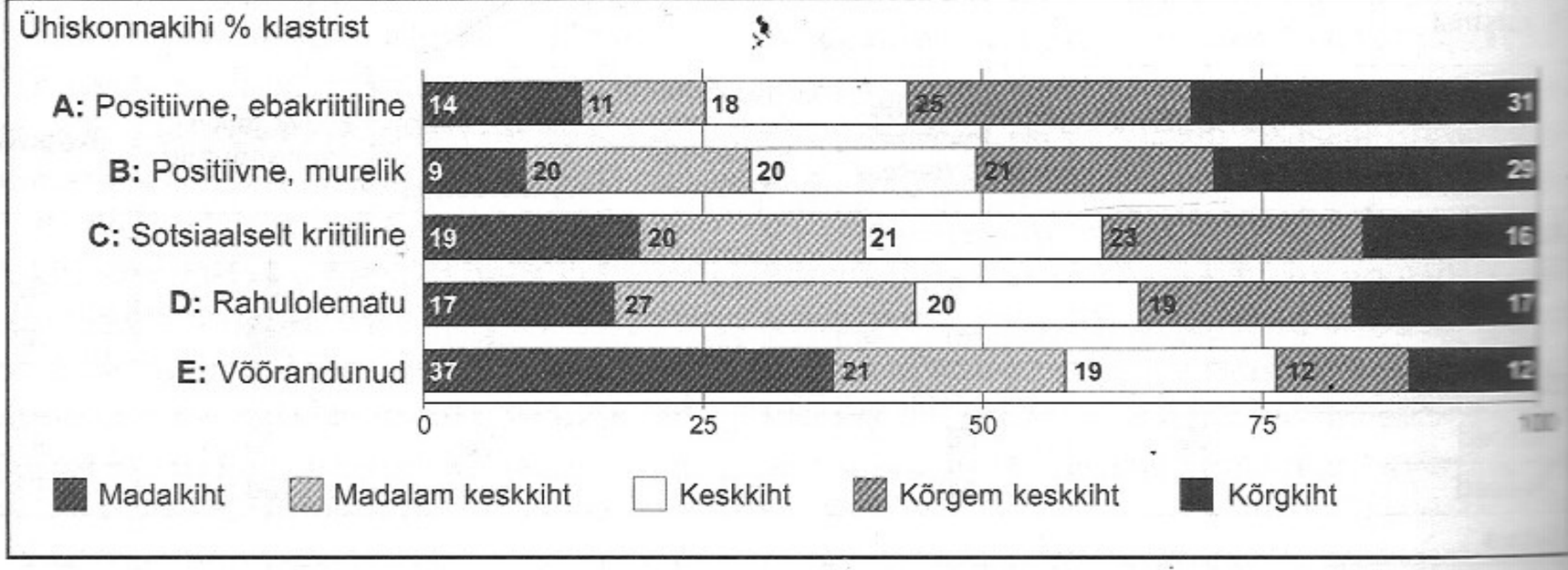
	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahul-olematu isik-like arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud	**Koguvalim**
Keel						
Eesti	**77**	**90**	**75**	62	31	67
Vene	23	10	25	**38**	**69**	33
Sugu						
Mehed	50	**56**	43	44	42	47
Naised	50	44	57	56	**58**	53
Vanus						
15–19	**14**	8	12	6	5	9
20–29	19	**26**	21	17	14	20
30–44	25	31	27	32	30	29
45–54	12	13	20	15	21	16
55–64	18	11	11	14	18	14
65–74	13	11	9	14	13	12
Kodakondsus						
Eesti	**90**	**95**	**88**	82	60	83
Vene, muu	5	3	4	6	**18**	7
Kodakondsuseta	4	1	6	10	**19**	8
Asulatüüp						
Pealinn	34	**36**	22	32	34	31
Suur linn	19	14	19	16	**29**	19
Muu linn	16	19	21	24	24	21
Maa	32	31	**39**	28	13	29
Haridus						
Alg. põhi	25	17	25	21	17	21
Kesk	45	55	62	58	**64**	57
Kõrg	**30**	**28**	13	22	19	22
Kuusissetulek pereliikme kohta						
Kuni 1500	24	18	**41**	39	**49**	34
1501–2500	27	25	31	29	26	28
2501–4000	24	**26**	18	20	20	21
4001–6000	**18**	**18**	8	8	3	11
Üle 6000	8	**12**	3	4	3	6

Paksu kirjaga on esile tõstetud koguvalimist vähemalt 5% suurema esindatusega rühmad igas klastris.

Joonis 14.3. Hinnanguklastrite koosseis rahalise jõukuse indeksi alusel



Joonis 14.4. Hinnanguklastrite koosseis kihtikuuluvushinnangu alusel



olemasolu), saame väga selge tulemuse: rahulolu muutustega on seda suurem, mida enam inimene tunneb, et tema ja ta pere ei ole rahapuuduse tõttu millestki olulisest ilma jäetud (joonis 14.3). Rahalise jõukuse alusel eristuvad valdavalt positiivsed klastrid A ja B selgelt kriitilise hoiakuga klastritest C ja D, kusjuures kõige jõukamaks osutub positiivne, kuid riigi toimimise suhtes murelik B-klaster, millesse kuulujatest 65% on üle keskmise jõukad. Kahes muutuste suhtes kõige positiivsemalt meelestatud hinnanguklastris ei tõuse üle kümnendiku nende osakaal, kes teavad, mis on suur rahapuudus. Kriitiliselt või lausa negatiivselt häälestunute seas on aga jõukaid üsna vähe.

Selget tendentsi näeme ka siis, kui vaatame hinnangumustrite seotust kihistumise enesehinnanguga (joonis 14.4; kihistumisastmestiku kohta vt lähemalt 15. peatükk). Mida kõrgemale on vastaja end asetanud ühiskonnaredelil, seda täielikumalt pooldab ta ühiskonnas toimunud muutusi. Siiski tuleb silmas pidada, et see tendents ei ilmne sugugi sajaprotsendilise vastavusena kihtikuuluvuse ja rahulolu vahel: rahulolematutes D- ja E-klastris on 20–30% suhteliselt heal järjel olevaid inimesi, kelle rahulolematus võib olla seotud hoopis muude sotsiaalsete asjaoludega, näiteks elukoha, kodakondsuse puudumise või muuga.

Klastrite sotsiaalse koosseisu vaatlus viib meid järeldusele, et ühiskonnas toimunud muutustele antavate hinnangute muster on vähemalt sama palju kujundatud inimeste subjektiivse häälestuse ja toimetuleku poolt kui nende elusituatsiooni objektiivsete, ühiskondlikest oludest tingitud erinevuste poolt. Selge objektiivse sisuga erinevused on majanduslik olukord, eeskätt töö ja sellega seotud piisavate elatusvahendite teenimise võimalused ning Eesti oludes ka kodakondsus, mis paljuski on määratud rahvusliku kuuluvusèga. Mõlemad on olulised, määramaks inimese enesetunnetust ühiskonna liikmena, pannes teatud piirangud tema vabale eneseteostusele või tekitades ilmajäetuse ja tõrjutuse tunnet. Subjektiivse poole moodustavad aga maailmavaate ja väärtuste erinevused, samuti erinevused elukäigus ning aktiivsuses.

4. Muutuste hindamise maailmavaateline taust

Nagu nägime eelnevast analüüsist, on inimeste erinevad hinnangud Eestis toimunud muutustele paljuski seletatavad nende objektiivse asendiga ühiskonnas ning isikliku toimetuleku ja elukogemusega. Samas on hinnangute lähtekohaks siiski inimeste väärtuskriteeriumid. Järgnevalt vaatlemegi, kuivõrd väljenduvad hinnangutes ühiskonnas toimunud muutustele inimeste erinevad väärtused ja maailmavaatelised arusaamad.

Kuivõrd Eestis on olnud viimasel kümnendil tegemist siirdeperioodi reformidega, mis on teostuses lähtusid sotsialistliku plaanimajanduse võimalikult kiirest asendamisest liberaalse turumajandusega, võime oletada, et nende reformide hindamisel annab tunda see, kuivõrd on vastavuses liberaalsete põhimõtetega, ning kuivõrd on neile omasemad sotsiaalsed väärtused – solidaarsus, võrdsus, ootus riigi suuremaks sekkumiseks tagamaks kodanike heaolu. Võrreldes sotsiaalsemat või liberaalsemat hoiakut väljendavate väidetega nõustumise jaotumist hinnanguklastrite lõikes (tabel 14.7), näeme, et kriitilisemates klastrites C, D ja E on mõningane ülekaal solidaarsusliku koostöö väärtustamisel, samuti tugevam nõudmine, et riik võtaks endale vastutuse ühiskonna nõrgemate rühmade inimväärse toimetuleku eest, ning ambivalentsem suhtumine erastamise ja avatud turumajanduse tagajärgedesse. On tähelepanuväärne, et muutuste suhtes kõige positiivsemalt meelestatud A- ja B-klastris on pea pool valmis aktsepteerima riigi suuremat vastutust inimeste heaolu eest. Enim on kõik klastrid suhtumises erastamisse kõige levamal positsioonil, välja arvatud negatiivsel

Tabel 14.7. Sotsiaalsed ja liberaalsed hoiakud hinnanguklastrites

Kuivõrd nõustute järgmiste väidetega?; % klastrist, kes nõustus väitega *täiesti* või *üldiselt*

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud	**Koguvalim**
A. Tahaksin, et Eesti ühiskonnas oleks rohkem solidaarsust ja ühiste huvide eest seismist *B. Tahaksin, et Eesti ühiskonnas inimesed harjuksid rohkem ise enda eest seisma ja vastutama*						
Nõus A-ga	41	43	55	55	61	51
Raske öelda	11	16	14	13	13	14
Nõus B-ga	40	36	25	25	16	28
A. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda *B. Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla*						
Nõus A-ga	36	35	25	25	19	28
Raske öelda	11	12	9	6	10	9
Nõus B-ga	46	50	61	63	60	56
A. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik *B. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik*						
Nõus A-ga	50	50	28	31	12	34
Raske öelda	26	26	36	34	35	32
Nõus B-ga	18	20	31	29	44	29

määlestatud ning suurel määral mittekodanikest koosnev E-klaster, kus erastamine leiab pea üksmeelse hukkamõistu. Muutustesse positiivsemalt suhtuvad A- ja B-klaster avaldavad ka kindlamat poolehoidu kiirele erastamisele ja avatud turumajandusele. Kokkuvõttes võime öelda, et teatud määral väljendab positiivne hinnang muutustele vastajate parempoolsemat, liberaalsemat maailmavaadet, samas kui sotsiaalsema, vasakpoolsema maailmavaatega võib tendentsina kaasneda ka suurem sotsiaalne kriitilisus, muutuste sotsiaalse hinna teravam tunnetamine.

5. Väärtusorientatsioonide seos hinnanguklastritega

Kui maailmavaatelised hoiakud peaksid kõigi eelduste kohaselt olema otseselt seotud ühiskonnatasandil toimuvate muutuste tõlgendamise ja hindamisega, siis sügavamate, inimeste isiksuslikke suundumusi määravate väärtusorientatsioonide seos hinnangutega ühiskondlikele muutustele pole veel ilmne. Üldiselt on väärtuste muutumist seostatud põlvkondade vahetuse ja sotsialiseerumisega ühiskonna muutustega. Sotsiaalteadlased (Hofstede, Inglehart, Schwartz) on selgitanud väärtuste seoseid pikaajalisemate, kogu kultuurisüsteemi muutvate protsessidega, nagu ühiskonna modernniseerumine, liikumine industriaalsest postindustriaalsesse ühiskonda või tarbimisühiskonna kujunemine (vt lähemalt väärtuste teoreetilise käsitluse ja antud uurimuses kasutatud väärtuste uurimise metodoloogia kohta 2. ptk). Oma varasemates uuringutes (Lauristin & T. Vihalemm 1997) oleme toonud esile tendentse Eesti elanike väärtuste muutumises ühiskondlike olude muutumisel 1990. aastate algul ja keskel. Uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* koguti ka varasemate uurimustega võrreldava metoodikaga andmeid praegu valitsevate väärtusorientatsioonide kohta. Siinkohal võtame detailsema vaatluse alla, kuidas on muutustele antavate hinnangute muster antud uurimuses seostunud vastajate väärtusorientatsioonidega.

Väärtusorientatsioonide ning muutuste hinnangumustrite seoste empiirilisel analüüsil lähtusime järgmistest eeldustest ja oletustest.

- Siirdeideoloogia ehk nn transitsioonikultuuri (vt Kennedy 2002) keskmeks on edukas kaasaminek muutustega, valmisolek uue omaksvõtmiseks ning pingutusteks edu saavutamise nimel. Võime oletada, et muutustega on paremini kohanenud ning annavad neile positiivsema hinnangu need inimesed, kelle väärtusorientatsioonid soodustavad nimetatud omaduste ilmnemist. Teisisõnu, võime eeldada, et Schwartzi klassifikatsiooni järgi tugeva enese-edendamise/enesekehtestamise orientatsiooniga inimeste jaoks on muutustega kaasaminek kergem.
- Kuna Eesti ühiskonna arengus siirdeperioodil ilmnes tugev tendents tarbimislikkuse ning meelelahutuslikkuse kasvule (vt peatükk 12), võime eeldada, et muutusi võtavad positiivsemalt vastu inimesed, kelle jaoks hedonistlikud, tarbimislikud väärtused omavad positiivsemat sisu. Ning vastupidi: muutuste suhtes on kriitilisemad need, kelle väärtused on traditsioonilisema vaimse sisuga.

Tabel 14.8. Väärtushinnangute keskmisest statistiliselt oluliselt erinevad väärtused hinnanguklastrites

Olulisuse hinnangu erinevus keskmisest 5-pallisel skaalal

Väärtus	**Väärtusfaktor**[1]	**A:** Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arenguvõimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud
Lunastus**	F3	+ 0,04	– – 0,29	– 0,06	– 0,01	+++ 0,35
Võrdsus**	F4	– 0,08	– – 0,26	– 0,04	++ 0,15	++ 0,23
Mugav elu**	F4	+ 0,01	– 0,17	– 0,03	+ 0,08	+ 0,12
Kaunis maailm*	F3	0,00	– 0,11	0,01	0,00	+ 0,10
Rahu maailmas*	F2	0,01	– 0,09	+ 0,08	– 0,03	+ 0,03
Riigi julgeolek**	F1	+ 0,13	+ 0,03	– 0,04	– 0,03	– 0,07
Jõukus	F4	0,04	– 0,09	+ 0,07	0,05	– 0,08
Õiglus*	F1	+ 0,07	– 0,04	+ 0,08	– 0,02	– 0,09
Eneseaustus**	F1	+ 0,06	0,00	+ 0,09	– 0,06	– 0,10
Tehnika areng*	F2	+ 0,10	+ 0,04	– 0,07	+ 0,07	– 0,11
Eneseteostus**	F5	+ 0,09	+ 0,08	+ 0,02	– 0,05	– 0,14
Armastus**	F1	+ 0,03	+ 0,07	+ 0,06	0,00	– – 0,16
Meeldiv elu**	F4	++ 0,19	0,00	+ 0,10	– 0,10	– – 0,19
Võimu omamine**	F5	+ 0,14	+ 0,15	+ 0,06	– 0,09	– – 0,25

+ / – Erinevus keskmisest < 0,2 skaalapunkti.
+ + / – – Erinevus keskmisest 0,20–0,29 skaalapunkti.
+ + + / – – – Erinevus keskmisest > 0,3 skaalapunkti.
** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.
1 Väärtusfaktorite kirjeldusi vt ptk 2.

• Riikluse taastamisele ja majanduskasvu saavutamisele suunatud reformide tähendus on igapäevakogemuse seisukohalt abstraktne, seostudes pikemat aega nõudvate eesmärkidega. Lähiperspektiivis on mitmed neist muutustest (hindade liberaliseerimine, tööturu käivitumine, erastamine jms) vähendanud üksikisiku turvalisust, tema harjumuspärast, väljakujunenud tasakaalu oma keskkonnaga. Sellest tulenevalt võime eeldada ka seda, et reformide positiivne hindamine tähendab üsna tugevat orienteeritust üldisema keskkonna väärtustamisele ning võib olla raskem neile, kellel domineerivad isikliku turvalisuse ja hingelise tasakaaluga seotud väärtused.

Meie uurimus annab võimaluse kontrollida ülalesitatud oletuste paikapidavust empiirilise andmestiku najal.

Statistiliselt olulised seosed väärtuste eelistuse ja hinnanguklastritesse kuuluvuse vahel ilmnesid ankeedis *Mina. Maailm. Meedia* sisaldunud enamiku väärtusmõistete olulisuse hindamisel (tabel 14.8).

Tabelist 14.8 on näha väga selgesti ilmnev tendents enesekehtestuslike väärtuste (*eneseteostus, võimu omamine*) ning isiksusliku ja sotsiaalse tasakaalu väärtuste (*eneseaustus, õiglus, armastus, riigi julgeolek*) suuremale eelistamisele muutustega paremini kohanenud, positiivse häälestusega klastrites A, B ja C. Võime väita, et tegemist on kahepoolse, vastastikku võimenduva positiivse tagasisidega: kõrgema enesehinnanguga, sotsiaalselt optimistlikumad inimesed samastavad end hõlpsamini reformipoliitikaga, nähes selles vahendit oma turvalisuse suurendamiseks ja enesekehtestuslike väärtuste realiseerimiseks.

Kriitilise ja negatiivse muutustehinnanguga klastrites D ja E on ühelt poolt rohkem väärtustatud isiklikku heaolu (*mugav elu*), teisalt on nende kontrastina rohkem eelistatud eetilisi ja esteetilisi hingelise tasakaaluga seotud väärtusi (*lunastus, võrdsus, kaunis maailm*). Väärtusteoreetilistest seisukohtadest lähtudes (vt Inglehart 1990) saab seda seletada nn ilmajäetuse- ehk defitsiidivajadustega (vt lähemalt ka 2. peatükk). Heaolu tõstmine, kasv ning tarbimisühiskonna väärtuste suurem domineerimine meedias on need väärtused muutnud omamoodi normiks, millega oma elu võrdes suureneb ilmajäetute rahulolematus ja kasvanud nende väärtuste olulisus. Samas võivad inimesed, kes ei ole uute ühiskondlike tingimustega kohanenud, kelle harjumuspärane eluviis ja tasakaal keskkonnaga on häiritud, kelle enesehinnang ei sobi uute kriteeriumidega, kes on sattunud frustratsiooni ja anoomia seisundisse, leida hingelise tuge materiaalsetele ja enesekehtestamise väärtustele vastandlikest vaimsetest väärtustest. Võime seetõttu niisugust harmooniaväärtuste vastandumist enesekehtestamisväärtustele käsitleda

kui siirdetraumale (vt Sztompka 2004) iseloomulikku tendentsi.

Hinnanguklastritest vastanduvad väärtushinnangute poolest kõige teravamini negativistlik, võõrandunud klaster E oma rõhuga hingelise tasakaalu väärtustele ning positiivne, riiklikult murelik klaster B oma rõhuasetusega enesekehtestusväärtustele ning hingelise tasakaalu väärtuste keskmisest tunduvalt väiksema olulisusega. Ebakriitiline positiivne klaster A paistab ka väärtushinnangute osas silma väikese eristamisvõimega, kaldudes keskmisest positiivsemalt hindama kõige erinevamaid väärtusi. Kriitilised ambivalentsed klastrid C ja D on aga väärtushinnangutelt erisuunalised, kusjuures D läheneb siin pigem negativistlikule klastrile E, klaster C aga positiivsetele klastritele A ja B. Nimetatud tendents lubab oletada, et hingelise tasakaalu väärtuste kõrgem hindamine kriitilistes klastrites C ja D on seotud ka rahvuslike erinevustega ning omab Eesti siirdeühiskonnas halvemini kohanenud mitte-eestlaste jaoks kompensatoorset rolli.

6. Isiklik elukäik ja tervis kui muutuste positiivse või negatiivse läbielamise taust

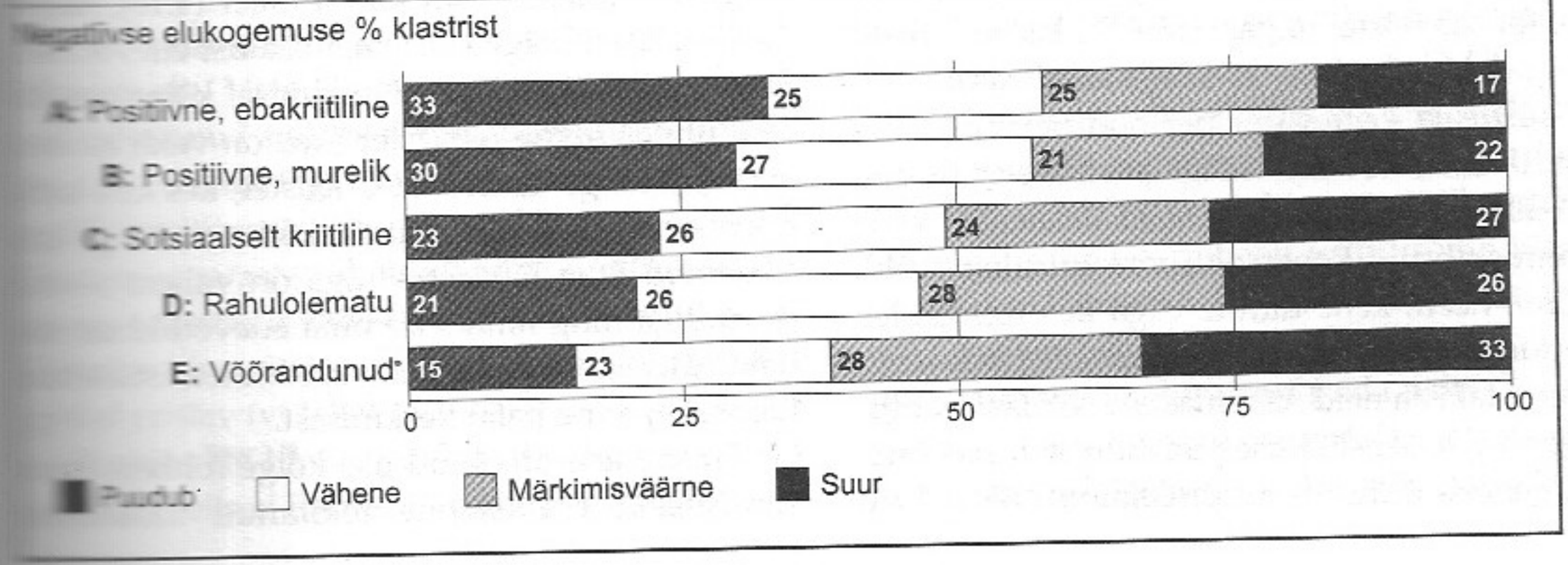
Vastandina oletusele, et inimeste hinnanguid ühiskonnas toimuvale mõjutavad teatud sügavamad struktuursed põhjused, olgu ühiskonnas valitsev heaolutase ja institutsionaalne elukorraldus, olgu inimeste endi püsivamad väärtusorientatsioonid, võib esitada ka vastupidise väite, et kõige olulisemalt mõjutab hinnanguid ühiskonnale iga inimese elukäik, tema enda elus toimunud positiivsed või kurvemad sündmused. Isikliku elukäigu mõju selle, kuidas inimesed tõlgendavad ühiskonnas toimunud muutusi, saab kõige täpsemalt jälgida, analüüsides inimeste endi jutustatud elulugusid, milles nad võrdlevad oma elu ENSV-s eluga pärast Eesti Vabariigi taastamist (vt Hinrikus 2003, samuti Tiago 2002; Kirss, Kõresaar & Lauristin 2004).

Seda, kas siirdeperioodi üldhinnangute taga peitub kaasaminek üldise transitsioonikultuuriga, väärtused ja ideoloogilised tõlgendusskeemid, või mängivad rolli ka hoopis konkreetsemad isiklike õnnestumise-ebaõnnestumiste kogemused, saame selgitada ka küsitlustulemuste analüüsi kaudu. Ankeetküsitluse võimalused inimeste konkreetseid elusündmusi individuaalselt esile tuua on küll väga piiratud, kuna inimeste elukäikude individuaalsus taandatakse standardiseeritud näitajatele, ent siiski on võimalik üldistada üksikisikute elusündmustes ilmnevaid tendentse ning jälgida nende seoseid üldisemate hinnangutega ühiskondlikele muutustele.

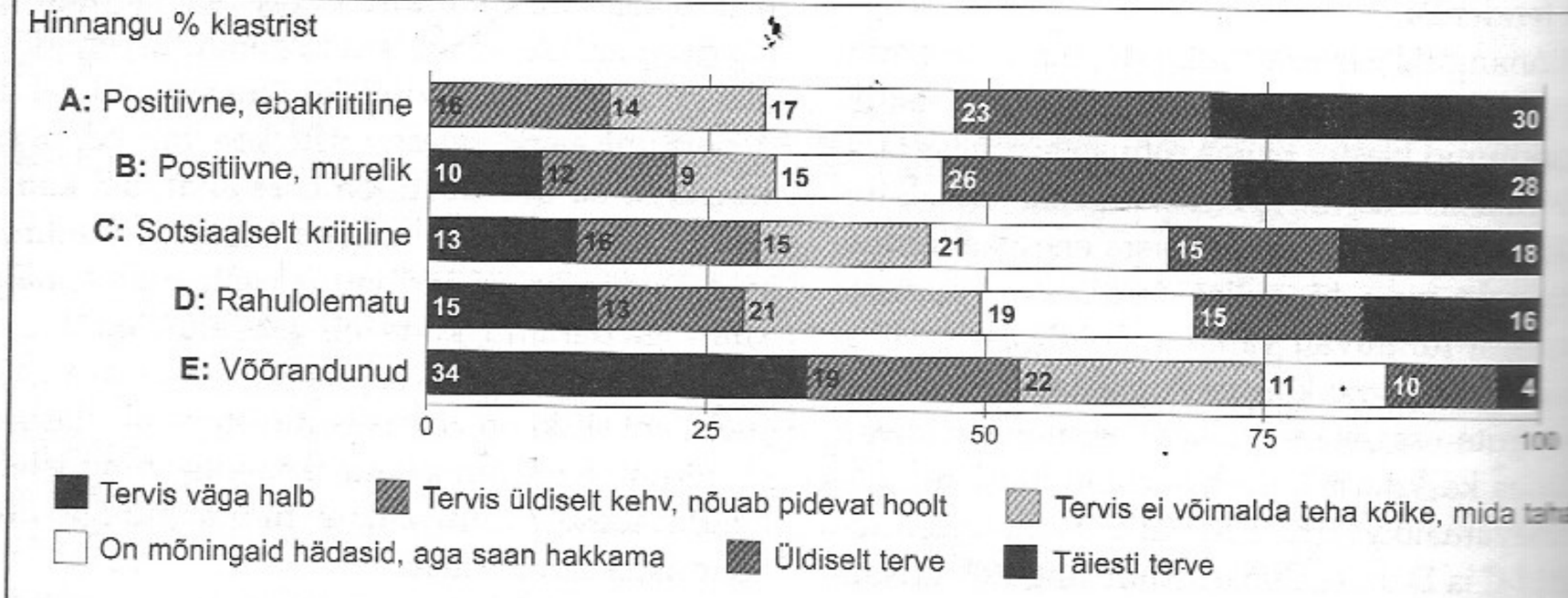
Täpsemini selgitasime oma ankeedi intervjuuosas vastajate kogemuslikku tausta aastatel 1991–2002. Antud peatükis vaatlemegi erinevate hinnanguklastritega seonduvat elukogemuse laadi, seda nii üldise negatiivsete kogemuste rohkuse lõikes kui neljas erinevas aktiivsuse suunas: osalemist poliitilistes liikumistes siirdeaja erinevatel perioodidel (tabel 14.9); kogemusi, mis on seotud ettevõtluse, omandi, tööga (tabelid 14.10 ja 14.11); koduse elukeskkonna ja heaoluga seotud muutusi (tabel 14.12) ning perekondlikke muutusi.

Võttes kokku erinevate küsimuste alusel vastused, mis viitasid, et inimese isiklikus elukäigus on viimase 12 aasta jooksul toimunud negatiivseid sündmusi, ebaõnnestumisi, kaotusi, saime kokku negatiivsete kogemuste indeksi. Selle indeksi väärtuste jaotustes erinevates hinnanguklastrites ilmneb küll mitte väga selge ja tugev (võrreldes nt eelnevalt käsitletud kihtikuuluvuse ja jõukuse indeksitega), kuid ometi kindlasuunaline tendents: negatiivsemaid elukogemusi on rohkem märkinud inimesed, kes on kriitilisema suhtumisega muutustesse (vt joonis 14.5). Kui täiesti positiivses A-klastris omab tugevat või märkimisväärset negatiivset elukogemust kolmandik rühma koosseisust, siis kriitilistes C- ja D-klastrites on selliseid vastajaid üle poole, kõige negativistlikumas E-klastris aga peaaegu kaks kolmandikku.

Joonis 14.5. Hinnanguklastrite koosseis negatiivse elukogemuse alusel



Joonis 14.6. Hinnanguklastrite koosseis tervisehinnangu alusel



Üheks kõige üldisemaks negatiivsete kogemuste allikaks on muidugi halb tervis, ning ka ühiskonna tervist hinnatakse omaenda tervise vaatepunktist paremaks või halvemaks: kõige haigemad on ka ühiskonna suhtes eriti kriitilised, samas kui täiesti tervetele on omasem positiivsus muutuste hindamisel (joonis 14.6).

Ka Eesti avalikkusele on üha rohkem teadvustunud tervise seos elanikkonna sotsiaalse olukorraga. Maailmapanga ja Sotsiaalministeeriumi 2002. a uuringu andmed (vt Kunst jt 2002) kinnitavad, et hariduse ja sissetuleku põhjal eristuvad ühelt poolt järjest rohkem inimesed, kes peavad end terveks ning ka suudavad oma head tervist säilitada, ja teiselt poolt need, kes ei ole selleks ressursside puudumisel võimelised. Ka meie osutame järgmises, kihistumise peatükis sellele, et kõrgemate kihtide tervis on tunduvalt paremas seisus kui madalkihtide oma. On ootuspärane, et sotsiaalsete probleemide suhtes on eriti kriitilised just need, kelle tervis ja füüsiline enesetunne muudavad nad sõltuvaks riigi tervishoiupoliitikast.

7. Hinnanguklastrite erinevused aktiivsuse alusel poliitika-, majandus- ja kultuuriväljal

Kui analüüsime hinnangumustrite seoseid inimeste erineva osaluse ja aktiivsusega poliitilistes üritustes, tõuseb teiste hulgast esile B-klaster. Tabelit 14.9 vaadeldes näeme, et kõige aktiivsemalt on Eesti siirdeaja erinevatel perioodidel poliitikas osalenud mitte muutusi kõige positiivsemalt hindav A-klaster, vaid hoopis need inimesed, keda iseloomustab n-ö konstruktiivne kriitilisus, ehk teisisõnu, need, kelle üldine väga hea toimetulek uues muutunud sotsiaalses ja majanduslikus keskkonnas ei takista neid nägemast ka sotsiaalset ebaõiglust ning seaduslikkuse puudumist, ilma et sellest sugeneks üldisem rahulolematu hoiak. Eriti aktiivselt on B-klastrisse liigitunud vastajad olnud "laulva revolutsiooni" päevil 1988–1991, kuid ka hilisematel perioodidel on nende osalus olnud kõige suurem nii valimistel kui igasugustes mitte-kondlikes ja avalikes poliitilistes üritustes. Seega, kui tahame välja sõeluda seda osa elanikkonnast, kes suhtub Eesti ühiskonnas toimunud muutustesse n-ö aktiivse osaleja positsioonilt, on see kahtlemata B-klaster.

Poliitilise aktiivsuse alusel ei eristu üksnes A- ja B-klastrid, vaid ka kriitilisemad klastrid C ja D. Näeme, et sotsiaalselt kriitilise, kuid üldise arengu suhtes positiivselt häälestatud C-klastri osalus aktiivsus on väiksem kui inimarengu suhtes kõige mast rahulolematumal D-klastril. Mõnevõrra ületab seda ehk C-klastri sotsiaalne taust: siin on suhteliselt kõige rohkem väiksema haridusega list tööd tegevaid maainimesi. Huvitav on märkida ka seda, et kõige enam ühiskonnast võõrdunud negativistliku hoiakuga E-klastrit ei iseloomusta sugugi märkimisväärselt suurem poliitiline aktiivsus tia. Eriti viimasel ajal, aastatel 2000–2002, ilmneb ühesuguselt väike osalus poliitikas nii kõige negatiivsemalt kui kõige positiivsemalt muutustesse suhtuvates klastrites, samas kui mõnevõrra aktiivsemaks on muutunud inimesed kriitilises D-klastris.

Kui võrrelda hinnanguklastreid majanduslike aktiivsuse indeksite alusel (vt tabel 14.10), näeme taas B-klastri kõige suuremat osalust ettevõtluses. Samas on lisateenistuse hankimisel kõige passiivsem ülipositiivne A-klaster (kus on veidi rohkem noori) ja kõige aktiivsem C-klaster, kes kõik tegevuse suhtes on suhteliselt ükskõiksem. Kõige kriitilisemad D ja E klastrid aga on vähem ettevõtlikud omandiga ning hindavad oma ettevõtlikkust madalamaks, kuid nende aktiivsus lisateenistuse hankimisel ei erine palju keskmisest.

Erastamine on olnud üks kõige rohkem emotsionaalseid reaktsioone tekitanud muutuste

Tabel 14.9. Poliitiline osalus hinnanguklastrites

Kas Te olete erinevatel perioodidel osalenud rahvakogunemistel, avalikel kõnekoosolekutel, allkirjade kogumises, valimiseelsetel kohtumistel, muudel avalikel üritustel?; vastuste % klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud	**Kogu-valim**
Olen osalenud 1988–1991	26	**35**	20	20	21	24
Olen osalenud 1992–1999	16	**21**	16	13	11	15
Olen osalenud 2000– 2002	12	**17**	17	17	11	15
Ei ole kunagi osalenud	56	46	61	62	64	58
Poliitiline apaatia suur	32	31	41	35	47	37

Paksu kirjaga on esile tõstetud kõige aktiivsem klaster.

Tabel 14.10. Aktiivsus majandusväljal hinnanguklastrites

% klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahul-olematu isik-like arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud	**Kogu-valim**
Keskmisest ettevõtlikum	22	**28**	16	17	14	19
Keskmisest aktiivsem lisateenistuse hankimisel	23	29	30	25	25	27
Keskmisest ükskõiksem tarbijana	37	39	**44**	38	37	36
Keskmisest suurema kinnisvara omanik	31	**37**	25	20	21	27
Mõne ettevõtte omanik (sh aktsionär, osanik)	10	**14**	6	8	7	8

Paksu kirjaga on esile tõstetud kõige aktiivsem klaster.

Tabel 14.11. Omandireformi mõjud hinnanguklastrites

% klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud
Kas Teie või Teie lähedased on omandireformi tõttu pidanud vahetama elukohta, muutunud sundüürnikuks?					
Jah	8	10	11	12	7
Ei	89	89	88	87	90
Kas Teie või Teie lähedased on saanud tagasi kinnisvara, maad või kompensatsiooni selle eest?					
Jah	42	52	35	36	16
Ei	56	45	62	61	82

viimase kümne aasta jooksul, mis muutis paljude inimeste elu. Meie andmete järgi on selle tulemusel mõjutanud muutustehinnanguid positiivsuse suunas: omandi tagasisaamine on rohkem iseloomulik positiivsetele hinnanguklastritele A ja B. Ümberjaotamise rataste vahele jäämine sundüürnikuna on aga suhteliselt vähesel määral esindatud kõigis klastrites ning ei ole seega hinnanguklastreid kuigivõrd eristav (vt tabel 14.11).

Positiivsete hinnanguklastrite olulised majanduslikud eelised ilmnevad siis, kui võrdleme nendele iseloomulikku elukeskkonna kvaliteeti ja materiaalseid elutingimusi (vt tabel 14.12).

Kui aktiivsuselt on esileküündiv B-klaster, siis elutingimuste paranemise poolest on mõlemad muutusi positiivseimalt hinnanute klastrid samal tasemel, erinedes selgesti kriitilisema hinnangu andjatest. Viimaste seas on tunduvalt rohkem neid, kes on pidanud rahapuudusel loobuma eluliselt tähtsatest kulutustest (seda näitas ka eelpool käsitletud rahalise jõukuse indeksi erinevus). Nende tendentside alusel on võimalik saada kinnitust

Tabel 14.12. Elutingimused hinnanguklastrites

% klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahul-olematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne võõrandumus
Elukeskkonna märkimis-väärne uuendamine	49	46	26	30	20
Kodu hästi varustatud kom-munikatsioonivahenditega	45	47	31	36	34
Rohkesti kultuurivara praeguses kodus	42	43	27	31	31
Mööbel uuendatud viimase 10 aasta jooksul	43	42	24	27	21
Santehnika uuendatud viimase 10 aasta jooksul	48	49	28	33	20
On loobunud rahapuudusel ajakirjanduse tellimisest	21	14	35	27	44
Raha ei jätku ravimiteks, tervise eest hoolitsemiseks	23	21	47	46	60
Raha ei jätku korralikuks toitumiseks	13	10	31	33	43

Tabel 14.13. Kultuuriline aktiivsus hinnanguklastrites

% klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahul-olematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne võõrandumus
Suur kultuuriharrastuste aktiivsus	37	**40**	36	29	33
Väga suur kultuurihuvi	24	21	18	18	24
Mitmekülgne raamatuhuvi	31	**37**	35	28	29
Keskmisest suurem filmihuvi mitmekesisus	38	38	34	33	35
Keskmisest suurem muusikahuvi	38	34	33	36	38
Suur raamatuhuvi	39	**44**	36	35	34
Suur kultuuriharrastuste varasem kogemus	31	34	34	26	31
Rohkesti kultuurivara lapsepõlvekodus	37	**49**	31	28	33

Paksu kirjaga on esile tõstetud kõige aktiivsem klaster.

oletusele, et erinevused muutuste hindamisel on otseselt mõjutatud inimeste isikliku elukvaliteedi erinevustest.

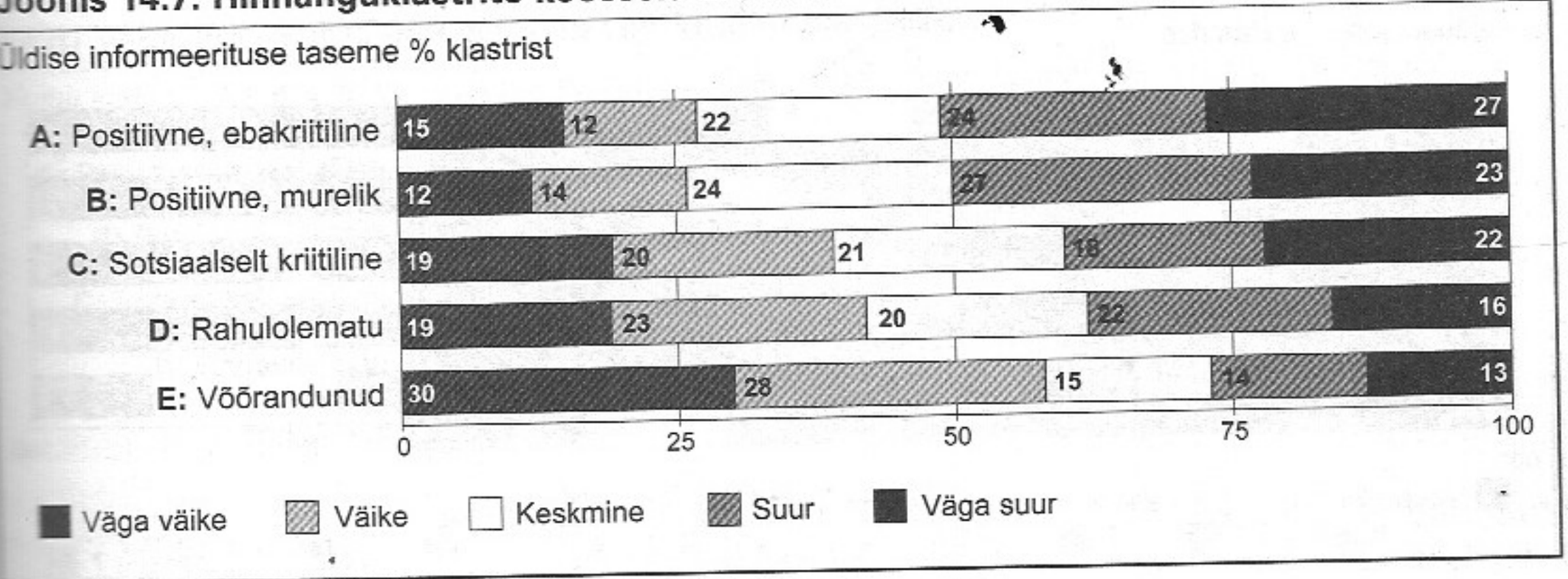
Võrreldes hinnanguklastreid nende **kultuurilise aktiivsuse** alusel, saame eelnevast veidi teistsuguse pildi (vt tabel 14.13). Nimelt selgub, et poliitiliselt kõige passiivsem ja kõige negatiivsema häälestusega E-klaster ei ole kultuuriväljal sugugi kõige passiivsem – kultuuritegevuse aktiivsuselt ning raamatu-, filmi- ja muusikahuvi poolest on ta ees D-klastrist ning kohati ka C-klastrist.

Raamatuhuvis on E-klastris tegemist ilukirjanduse lugemise suhteliselt kõrge aktiivsusega, mille poolest ta on teiste seas esikohal. Meenutagem, et selles klastris on palju passiivse linnaliku eluviisiga mitte-eestlasi, kelle põhiline vaba aja tegevus on ilukirjanduse lugemine ja televiisori vaatamine, kusjuures oluline kanal on Venemaa telekanalid (vt tabel 14.14).

8. Hinnanguklastrite seos informeerituse ja meediatarbimisega

Nagu eelpool nägime, ei ole muutustehinnangute hariduslik taust väga selgesti väljendunud. Rohkem aga on aktiivsema ja positiivsema hoiakuga inimesed, kes on paremini informeeritud ja

Joonis 14.7. Hinnanguklastrite koosseis üldise informeerituse alusel



Tabel 14.14. Meediakasutus hinnanguklastrites

Keskmisest suurema aktiivsusega meediakasutajate % klastrist

	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud
Hea üldine informeeritus	50	49	41	41	32
Arvuti kasutamise suur mitmekülgsus	35	35	21	23	18
Ajalehtede lugemise suur aktiivsus	48	52	30	31	18
Televaatamise suur kestus	33	34	43	38	36
Raadiokuulamise suur kestus	30	39	41	36	28
Eesti meedia jälgimise suur aktiivsus	44	42	35	28	18
Venemaa meedia jälgimise suur aktiivsus	17	9	22	22	51
Läänе meedia jälgimise suur aktiivsus	35	34	27	18	18

Tabel 14.15. Päeva- ja nädalalehtede pidevad lugejad hinnanguklastrites

% klastrist

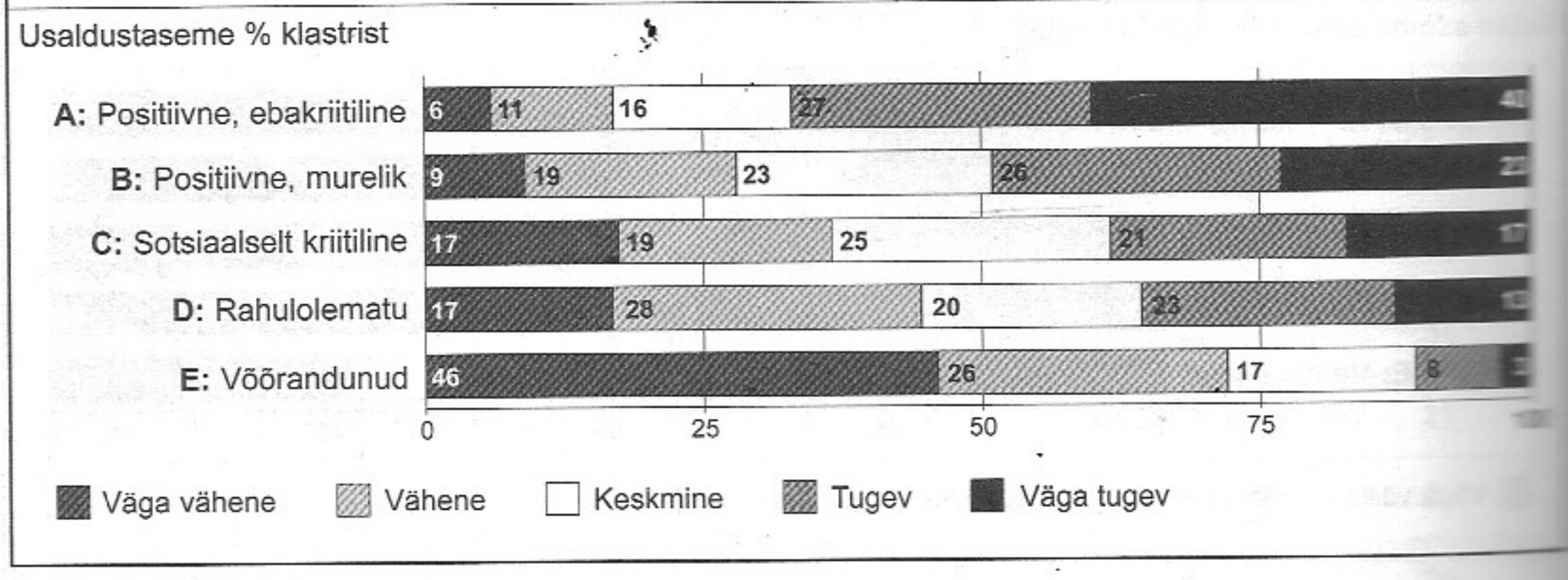
	A: Positiivne, ebakriitiline	**B:** Positiivne, riigi toimimise suhtes murelik	**C:** Keskmiselt positiivne, sotsiaalselt kriitiline	**D:** Rahulolematu isiklike arengu-võimalustega	**E:** Negatiivne, võõrandunud
Õhtuleht	16	22	5	7	3
Postimees	36	42	29	23	12
Eesti Päevaleht	38	41	24	24	14
Maaleht	30	35	14	20	9
Eesti Ekspress	16	15	13	13	5
Äripäev	20	29	9	13	5
Delfi	4	3	5	6	14

ka võimelised muutustega edukamalt kaasas käima. Hinnanguklastrite koosseisu võrdlemisel informeerituse indeksiga (vt joonis 14.7) ilmneb endiselt hästiinformeeritud inimeste suuremale osakaalule positiivsemate hinnangutega klastrites. Sarnane pilt ilmnes ka eelpool teiste "ressursi-nõrgemate" puhul (nt rahalise jõukuse puhul).

Jõukamate ja aktiivsemate inimeste positiivsemad hinnangud muutustele on seotud sellega, et nende kohanemisvõime uue keskkonnaga on parem. See puudutab ka uut meediat: nii arvutikasutuse aktiivsus kui ka Interneti olulisus infoallikana (vt tabel 14.14) on suurim klastrites A ja B.

Arengud, mis on toimunud Eesti meediamaastikul, kajastuvad ka inimeste suhtumises

Joonis 14.8. Usaldus riiklike institustioonide vastu hinnanguklastrites



muutustesse. Trükiajakirjanduse lugemise muutumine sõltuvaks ajalehtede ja ajakirjade hinnast on teinud ajakirjanduse lugemisest, sisust sõltumata, elitaarse tegevuse. Raadio ja televisioon aga on jäänud kõigile kättesaadavaks (vt tabel 14.14). Isegi *SL Õhtulehe* lugejate osakaal on suurim aktiivsemates ja muutusi positiivselt hindavates klastrites (vt tabel 14.15). Vaid *Maaleht* on enam-vähem samal tasemel loetav nii A, B, C kui D klastris.

Võrreldes väljaannete loetavust ühelt poolt A- ja B-klastrite ja teiselt poolt kriitilisemate C- ja D-klastrite lõikes, võime tõdeda, et kontakt positiivsema, s.o eduideoloogiaga kaasamineva lugejaga on tugevam *Äripäeva, Eesti Ekspressi* ja *Eesti Päevalehe* puhul. Ning tõepoolest, need väljaanded on ka avalikult ja sihiteadlikult orienteeritud edukamale, optimistlikumale ja jõukamale osale auditooriumist. Ka nende sisu iseloomustab domineerivamalt "edudiskursus", kusjuures pigem selle ratsionaalsem ja kriitilisem variant, mis kõige rohkem vastab hinnanguklastritest aktiivseima, optimistliku, kuid ühiskondlikest ebakohtadest häiritud B-klastri häälestusele.

9. Usaldus riiklike institutsioonide vastu ning Eesti Vabariigi imago hinnanguklastrites

Nagu näeme, osutub suhtumine siirdeaja muutustesse millekski enamaks kui pelga avaliku arvamuse fenomeniks, mis piirduks reageerimisega ühiskonnnas toimuvale (ehkki seegi moment on kahtlemata olemas). Läbivalt positiivse hinnangu puhul ühiskonnas toimunud muutustele (mida ju enamasti otseselt seostatakse riigi tegevusega) on tavapärasest tunduvalt kõrgem ka usaldus riiklike institutsioonide vastu (vt joonis 14.8).

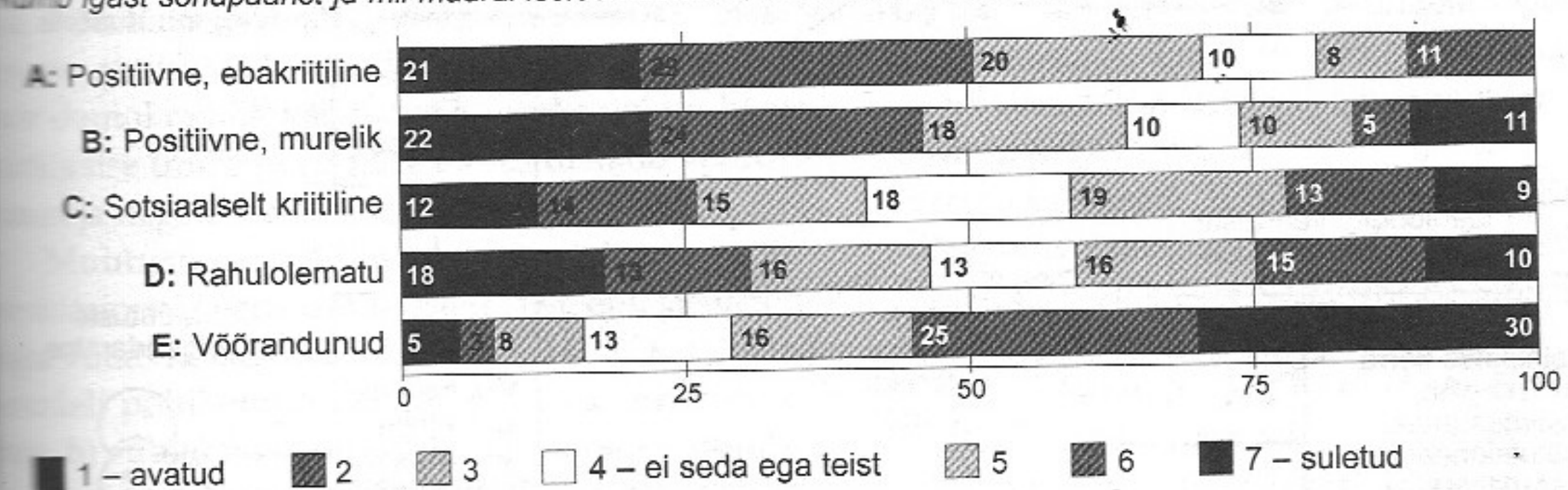
Üldistatud kujul väljendub usalduses riiklike institutsioonide vastu ühelt poolt inimeste endi reaalne majanduslik seisund ja osalus sotsiaalses elus, teisalt nende kui kodanike suhe riigiga kolmandaks, ka meedia kaudu kujundatavad ühendused sellest, mis toimub inimeste ja ühiskonnaga. Kõige kriitilisema E-klastri (meenutagem, et kolmandik sellest on mittekodanikud) negatiivne ja võõrandunud suhe toimunud reformidesse muutustesse väljendub ka peaaegu täielikus usaldamatusena Eesti riiklike institutsioonide vastu (72% ei usalda), samas kui positiivne suhe muutustesse seostub kahel kolmandikul A-klastrist kodanike ja riigi vahel valitseva tugeva usaldusliku suhtega.

Emotsionaalselt väljendab hinnang muutuste ühiskonnaliikmete suuremat või väiksemat identifitseerumist Eesti riigiga. Selle väite illustreerimiseks sobivad küsitluses kasutatud semantilise diferentsiaali meetodi elemendid (vt lähemalt ptk). Kasutasime Eesti Vabariigi hindamiseks skaalasid *avatud–suletud, oma–võõras* ja *sõbralik–sõbralik* (vt joonised 14.9– 14.11). Tulemused näitavad, et muutustehinnangu konnotatiivne tähendus on üldistatum emotsionaalne suhe riigi muvaga, selle tunnetamine arusaadava, lähedase ja sõbralikuna või hoopis võõra, suletu ja ebasõbralikuna. Paljukõneldud rahva ja riigi võõrandumine ilmneb siin väga isiklikul emotsionaalsel tasandil – samastumise puudumise või tõrjumisena.

Näeme, et mida negatiivsem on suhtumine ühiskonnas toimuvasse, seda enam on Eesti kui riigi imagos tunda võõrust, ebasõbralikkust, ebaturvatust. Sellise emotsionaalse hoiaku kujunemist ei saa, nagu ülalpool nägime, seletada ühe tegurina. Ehkki näiteks kõige negatiivsema hinnangu A-klastris võib oletada tugevat rahvuslikku tausta, on mitte-eestlaste küllaltki suure osakaaluga D-klastri sõbralikkuse-ebasõbralikkuse skaalal positiivsem kui valdavalt eestlastest koosnev C-klaster. Viimases on teatavasti rohkem rahulolematud maainimesed. Võime siiski üldistada, et positiivne hinnangumuster tähendab riigi tajumist avatud, sõbraliku ja omana.

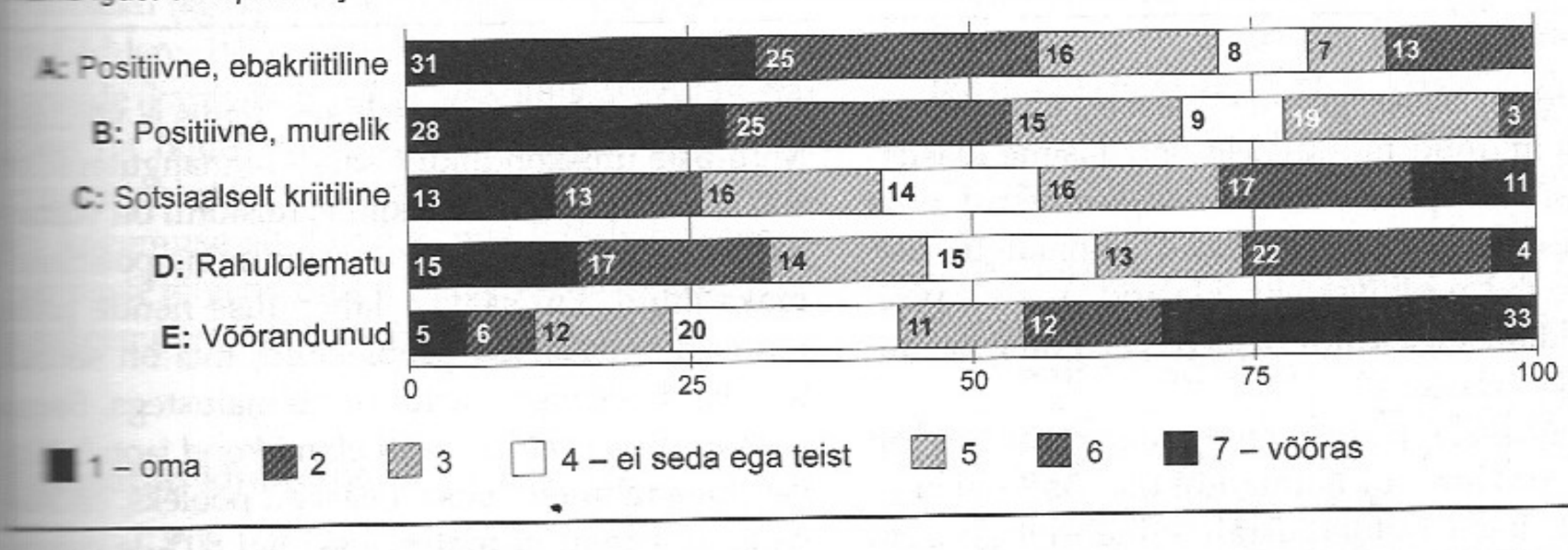
Joonis 14.9. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *avatud–suletud*-skaalal hindamise alusel

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral iseloomustab Teie tundeid Eesti riigi suhtes?; hinnangu % klastrist



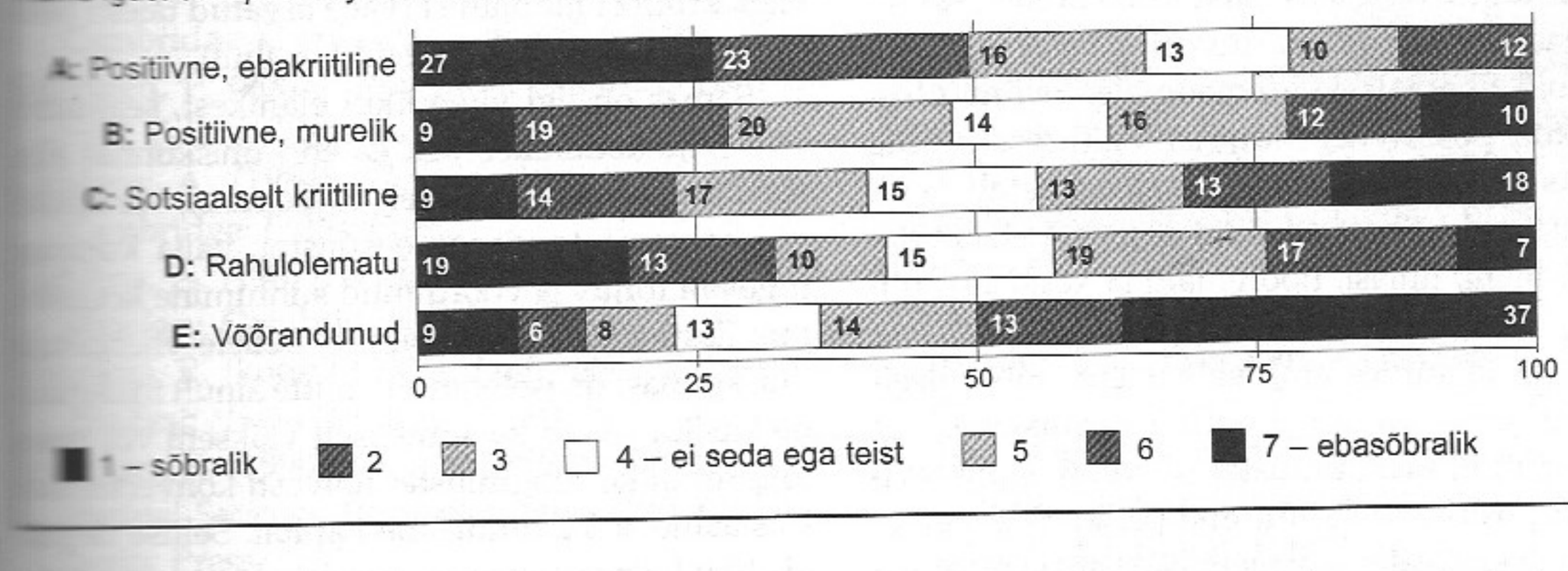
Joonis 14.10. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *oma–võõras*-skaalal hindamise alusel

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral iseloomustab Teie tundeid Eesti riigi suhtes?; hinnangu % klastrist



Joonis 14.11. Hinnanguklastrite koosseis Eesti Vabariigi *ebasõbralik–sõbralik*-skaalal hindamise alusel

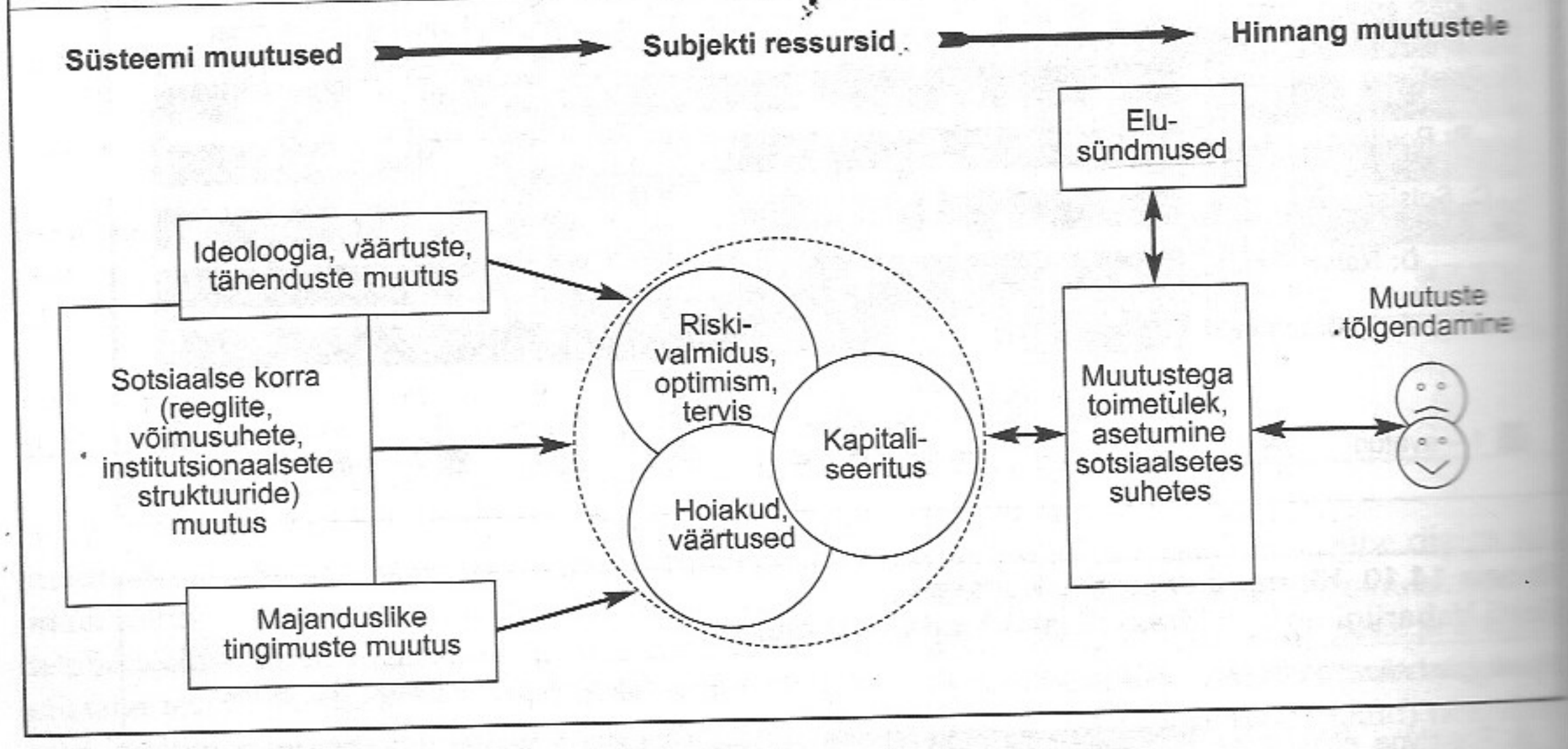
Kumb igast sõnapaarist ja mil määral iseloomustab Teie tundeid Eesti riigi suhtes?; hinnangu % klastrist



Kokkuvõte

Meie uuringu tulemused kinnitavad, et Eesti ühiskonna liikmetel on välja kujunenud suhteliselt stabiilsed hinnangumustrid ühiskonnas toimuva tõlgendamiseks. Siirdeajal toimunud muutustega on positiivselt rohkem rahul veidi üle poole elanikkonnast ning rahulolematu veidi vähem kui pool, sh eestlaste seas on rahulolijaid umbes kaks korda rohkem kui mitte-eestlaste seas. Suhteliselt suur konsensus nii erinevast rahvusest kui erineva sotsiaalse taustaga inimeste seas valitseb Eesti riigi põhisaavutuste positiivsel hindamisel – seda rahvusvahelise suhtluse, majanduse arengu, tehnoloogilise innovatsiooni ning eesti keele ja kultuuri arendamise vallas. Samas on kriitiliste hinnangute osakaal ning nii rahvusliku kui sotsiaalse taustaga diferentseeritus eriti suur sotsiaalsete arengute hindamisel.

Joonis 14.12. Süsteemi, subjekti ja representatsioonide seosed ühiskondlike muutuste protsessis



Lähtudes hinnangutest erinevates eluvaldkondades toimunud muutustele, selgitasime klasteranalüüsi abil põhilised hinnangumustrid ning nende iseloomulikud esindajad. Hinnangumustrid jaotuvad positiivseteks (klastrid A ja B), positiivse üldtaustaga kriitilisteks (C ja D) ning negativistlikuks (klaster E).

Domineeriv positiivne hinnangumuster on omane rohkem kui kolmandikule (38%) elanikkonnast, keda iseloomustab suhteliselt suurem sotsiaalne ja kultuuriline kapital ning aktiivne ja usaldav suhe riigi institutsioonidesse, parem majanduslik olukord, kalduvus pidada oluliseks enesekehtestamise ning sotsiaalse keskkonna tasakaalu ja heaoluga seotud väärtusi ning veidi tugevam poolehoid liberaalsele ideoloogiale. Selline ühiskondlikult positiivne, muutusi legitiimseks ning edukaks hindav suhtumine iseloomustab veidi enam majanduslikult edukaid eestlasi ja ka mitte-eestlasi, mehi, linlasi, nooremaid ja keskealisi inimesi.

Muutuste suhtes ambivalentsem, sotsiaalselt kriitiline ning isiklike arenguvõimaluste suhtes pessimistlik hinnangumuster on veidi enam levinud kui positiivne suhtumine (44%). See iseloomustab nii keskealisi ja vanemaid eestlasi maal kui mitte-eestlastest suurte linnade elanikke, veidi enam naisi kui mehi, keskharidusega vastajaid ning neid, kelle isiklik muutuste kogemus on olnud sagedamini negatiivne, pettumusi valmistav. Jõukuse tase on siin madalam, ehkki kultuuriline kapital suhteliselt kõrge. Maailmavaateliselt on kriitiline hinnangumuster veidi vasakpoolsem, väärtustades enam solidaarsust ning riigi vastutust inimeste heaolu tagamise eest. Väärtusorientatsioonides on keskmisest tugevamad ühelt poolt mugav elu ja heaolu, teisalt aga õiglus ja võrdsus. Muutuste ühiskondliku tasandi hinnangutaustas on siin samuti pigem heakskiitev, mistõttu on võimalik nende inimeste hoiaku muutumine positiivsemaks juhul, kui saavad lahenduse nende jaoks olulised sotsiaalsed probleemid, mis on seotud töö, halva tervise, hariduse võimalustega. Seega võime väita, et ehkki Eesti elanikkond jaotub ühise eluga rahulolu alusel peaaegu pooleks, on hinnangumustreid vaadates siiski ligi 80%-le omane tegelik või potentsiaalne positiivne hoiak ühiskonna üldise arengu suhtes, mis ei välista aga kindreetsete sotsiaalsete ebakohtade ning seadusemõväga kriitilist hindamist (välja arvatud täiest positiivse ja ebakriitilise viiendiku puhul).

Samas on ligi viiendikul elanikest, sealhulgas eriti mittekodanikel, aga ka end ühiskonnas üle surutuna tundvatel, sageli vaesematel, vanemat või halvema tervisega eestlastel, välja kujunu tugevalt tõrjuv ja võõrdunud suhtumine kõigesse, mis Eesti ühiskonnas toimub. Sellele vaenulikum ühiskonnast on iseloomulik mitte ainult materiaalne kitsikus, vaid ka suhteliselt väiksem või ühiskondlikes tingimustes halvasti konverteeruv sotsiaalne ja kultuuriline kapital. Sellise negatiivsele vastliku hinnangumustri esindajad ei usalda ühiskonda, Eesti riiki, tajuvad seda võõra, ebasõbraliku poolena letuna ning vastandavad sellele sageli oma väärtusmaailma, kus domineerivad traditsioonilised, turumajandusest puutumata väärtused (*nastus, hingeline puhtus, ilu* ja *harmoonia*).

On iseloomulik, et positiivset ja negatiivset hinnangumustrit eristab teravamini majanduslik edu ning kaasaminek liberaalsete põhimõtetega kui kultuuriline ja sotsiaalne aktiivsus. Kõrgeim leiab positiivne hinnangumuster, sealhulgas

kriitilised variandid, pidevat võimendamist, negatiivne hoiak aga pigem marginaliseeritakse, selle kandjaid esitataksegi Eestile võõraste ja vaenulikena. Võime tõdeda, et end tõrjutuna tundvate inimeste aktiivsusele puudub Eesti ühiskonnas piisav demokraatlik väljund, mis seoks neid rohkem sotsiaalse ümbrusega ning aitaks ületada võõrdumust ja negativismi.

Muutustesse suhtumise kui sotsiaalse representatsiooni keerukaid seoseid süsteemi ja subjektiga võtab kokku mudel joonisel 14.12. Kujutatud mudeli põhikomponendid on: a) süsteemi muutus; b) subjekti ressursid toimetulekuks muutuvad süsteemi tingimustes ning tema isiksuslikud orientatsioonid (*habituse*): optimism, riskivalmidus, väärtusorientatioonid; c) subjekti ja süsteemi suhte väljendumine hinnanguna muutustele. Selline lähenemine põhineb ühelt poolt süsteemi muutuste ja subjekti (*agency*) vastastikuste suhete käsitlustel (vt Giddens 1984, 1987), teisalt subjekti enda ressursside (kapitalide) ja *habituse* olulisuse tunnustamisel (vt Bourdieu 1977, 2003) ning kolmandaks, muutustehinnangu käsitlemisel sotsiaalse ja isikliku kogemuse sünteesina, mis kujuneb tegelike muutuste tõlgendamisel teatud ideoloogiliste seletuskeemide kontekstis (vt van Dijk 1998).

Kasutatud kirjandus

Aasmäe, A. (2004). Eestlased näevad elu teistest eurooplastest süngemais värves. *Postimees*, 8. sept.

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (2003). *Praktilised põhjused. Teoteoorast*. Tallinn: Tänapäev.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1987). *Social Theory and the Modern Sociology*. Cambridge: Polity Press.

Hinrikus, R. (koost) (2003). *Eesti rahva elulood III: Elu Eesti NSV-s*. Tallinn: Tänapäev.

Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Jaago, T. (2002). *Lives, Histories and Identities. Vol I–III*. Tartu: University of Tartu & Estonian Literary Museum.

Kennedy, M. (2002). *Cultural Formations of Post-Communism: Emancipation, Transition, Nation, and War*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.

Kirss, T., Kõressaar, E. & Lauristin, M. (eds) (2004). *She Who Remembers Survives: Interpreting Estonian Women's Post-Socialist Life Stories*. Tartu: Tartu University Press.

Kunst, A., Leinsalu, M., Kasmel, A. & Habicht, J. (2002). *Social Inequalities in Health in Estonia*. Tallinn: Ministry of Social Affairs.

Lauristin, M. & Vihalemm, P. (1998). Postkommunistlik siirdeaeg Eestis. *Akadeemia*, 4, 675–701 ja 5, 899–916.

Lauristin, M. & Vihalemm, T. (1997). Changing Value Systems: Civilizational Shift and Local Differences. In: Lauristin, M. & Vihalemm, P. (eds), *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press.

Rose, R. (1995). New Baltic Barometer II: A Survey Study. *Studies in Public Policy*, 251. Glasgow: University of Strathclyde.

Rose, R. (1997). New Baltic Barometer III: A Survey Study. *Studies in Public Policy*, 284. Glasgow: University of Strathclyde.

Rose, R. (2000). New Baltic Barometer IV: A Survey Study. *Studies in Public Policy*, 338. Glasgow: University of Strathclyde.

Rose, R. (2002). New Baltic Barometer V: A Pre-Enlargement Survey. *Studies in Public Policy*, 368. Glasgow: University of Strathclyde.

Rose, R. & Maley, W. (1994). Nationalities in the Baltic States: A Survey Study. *Studies in Public Policy*, 222. Glasgow: University of Strathclyde.

Sztompka, P. (2004). The Trauma of Social Change: A Case of Post-Communist Societies. In: Alexander, J. C., Eyerman, R., Giesen, B., Smesler, N. J. & Sztopmka, P. (eds), *Cultural Trauma*. Berkeley: University of California Press.

Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

15.

EESTI ÜHISKONNA KIHISTUMINE

Marju Lauristin

Sissejuhatus

Sotsiaalse kihistumise probleemid on Eestis tekitanud nii teaduslikku kui poliitilist poleemikat. Sotsiaalteadlased on kihistumist vaadelnud eeskätt ühiskonna sidususe aspektist, kritiseerides poliitikaid, mis sotsiaalsete kihtide vahelise suure ebavõrdsuse tõttu on kaasa aidanud rahva võimust võõrandumisele (vt Vetik 2002). Vähem tähelepanu on pööratud tekkiva uue sotsiaalse struktuuri kvalitatiivsele eripärale, erinevate kihtide lähemale iseloomustamisele, nende võrdlemisele.

Käesolevas analüüsis on meie huvifookus suunatud mitte niivõrd kihistumise majanduslikele, poliitilistele või moraalsetele aspektidele, kuivõrd selle protsessi sotsioloogilisele sisule, ühiskonna muutustega kaasnevatele erinevustele inimeste positsioneerumises ühiskondlike suhete võrgustikus. Eesti ühiskonna transformeerumine sotsialistlikust kapitalistlikuks on seotud uue sotsiaalse struktuuri kujunemisega. Sotsiaalse struktuuri muutumist kirjeldades võime lähtuda tootmisega seotud klassikuuluvuse struktuurist, nagu seda on kõige klassikalisemalt teinud Karl Marx, sidudes klassikuuluvuse suhtega tootmisvahendite eraomandisse. Tootmisest lähtuvat klassianalüüsi rakendatakse kaasajal eeskätt tööalade ja ametipositsioonide ühiskondliku staatusega sidumise teel. Seda analüüsiparadigmat on Eesti sotsiaalse stratifikatsiooni analüüsil kasutanud Mikk Titma (1999, 2001, 2002) ning Helemäe, Saar ja Vöörmann (2000), vaadeldes erinevate põlvkondade haridustee ning hilisema ühiskondliku asetumise seoseid enne ja pärast 1990. aastate majanduslikke poliitilisi muutusi. Sellise analüüsi puhul tõlgendatakse klasse tööhõivestruktuuri ja majandusliku aktiivsuse üldistatud kategooriana (Crompton 1998).

Tööalaste positsioonide kui klasside käsitlemine objektiivse kihistumisstruktuurina on mõttekas näiteks sotsiaalse mobiilsuse uurimisel. Eestis on seda rakendatud eeskätt rahvuslikust aspektist (Pavelson & Luuk 2002), osutades eestlaste ja mitte-eestlaste mobiilsuse erinevatele trajektooridele ühiskonnas reformide käigus "üles-alla" liikumisel.

Marksistlikule käsitlusele vastanduv "ameerikalik" stratifikatsioonikäsitlus peab sotsioloogiliselt produktiivsemaks lähtumist mitte tööalagruppide objektiivsest seisundist, vaid indiviidide subjektiivsest klassimäärangust. Klasse käsitletakse staatusgruppidena, mille koht ühiskonna sotsiaalses struktuuris on määratud grupi mõjukuse ja edukusega, nii nagu antud ühiskonnas on kujunenud tavaks hinnata (erinevate käsitluste võrdluseks vt nt Crompton 1998).

Hiliskapitalistliku ühiskonna analüüsis on püütud neid kahte lähenemist sünteesida. Järjest enam tähelepanu on pööratud nn mittemateriaalsete ressursside, kultuurilise ja sotsiaalse kapitali rollile kihistumises (vt nt Bourdieu 2003). Professionaalse struktuuri ja omandisuhete muutustega kujunenud sotsiaalsete positsioonide objektiivsele mustrile lisandub ressursside jaotusmuster, mis on põhiliselt seotud rahaliste vahendite (tulude) jaotumisega elanikkonna eri kihtide vahel, kuid samuti kultuuriliste ressursside ja sotsiaalsete sidemete kasutusvõimalustega. Eriti aktuaalseks on selline mitmeid kihistumisaluseid sünteesiv lähenemine muutunud seoses tarbimisühiskonna arenguga, kus tootmise kõrval hakkab majandusvälja struktuuri üha enam määrama inimeste jagunemine tarbijatena. See lähenemisviis on aluseks ka käesoleva uuringu empiiriliste indikaatorite süsteemile, mille võtsime aluseks kihistumise analüüsil.

Selliselt käsitletud kihtide struktuur on paremini kirjeldatav staatuste ja positsioonide subjektiivse hindamise kui ressursside objektiivse mõõtmise kaudu, kuna ta sõltub mitte ainult ressursside objektiivsest jaotusest (näiteks tuludetsiilide või keskmiste sissetulekute või era- ja avaliku sektori ressursside jaotuse alusel), vaid ka sellest, kuidas erinevad indiviidid, erinevad pered nende ressurssidega toimivad, milliseid vajadusi rahuldada saavad.

1. Kihtikuuluvushinnang kui sotsiaalne representatsioon

Lähtudes Pierre Bourdieu sotsiaalsete väljade ja kapitalide teooriast (vt Bourdieu 2003) võime oletada, et makrotasemel toimunud muutused siirdeühiskonnas muutsid ka reegleid, mille alusel toimus ühiskonna erinevatel väljadel positsioonide sissevõtmine, mistõttu avanesid ühtedele võimalused oma positsiooni sotsiaalsete suhete väljal parandada, teistel aga jäi võimalusi vähemaks. Inimeste elavikku mõjutavad nende reaalne positsioon majandusväljal, osalemine sotsiaalsetes suhetes ning kultuuriruumis. Hinnangu kujunemisel, enese projitseerimisel ühiskondlikule "redelile" muutuvad aga väga oluliseks ühiskonnas valitsevad ideoloogilised mõõdupuud, mis määravad kujutluse ühiskonna vertikaalse hierarhia iseloomust.

Majandusväljal toimunud muutustest on kõige olulisemal määral inimeste eluperspektiive ning positsioone muutnud erastamine ning majanduse struktuurimuutused, millest tulenesid otseselt muutused inimeste majandusliku aktiivsuse iseloomus ja tööhõives (vt Eamets & Philips 2000; Eamets 2001). Majanduses toimunud muutuste teiseks oluliseks tulemuseks on tulude struktuuri muutumine nii kvantitatiivses (tulude suuruse ja jaotumise) kui kvalitatiivses (allikate) lõikes. Kolmandaks majandusväljal toimunud muutuste teljeks, mis on oluliselt mõjutanud nii objektiivset kihistumisprotsessi kui ka inimeste subjektiivset enesetunnet ühiskonnas, on turumajanduse võidukäiguga kaasnenud muutused tarbimises, nii kaupade ja teenuste pakkumise, kättesaadavuse kui hinna osas.

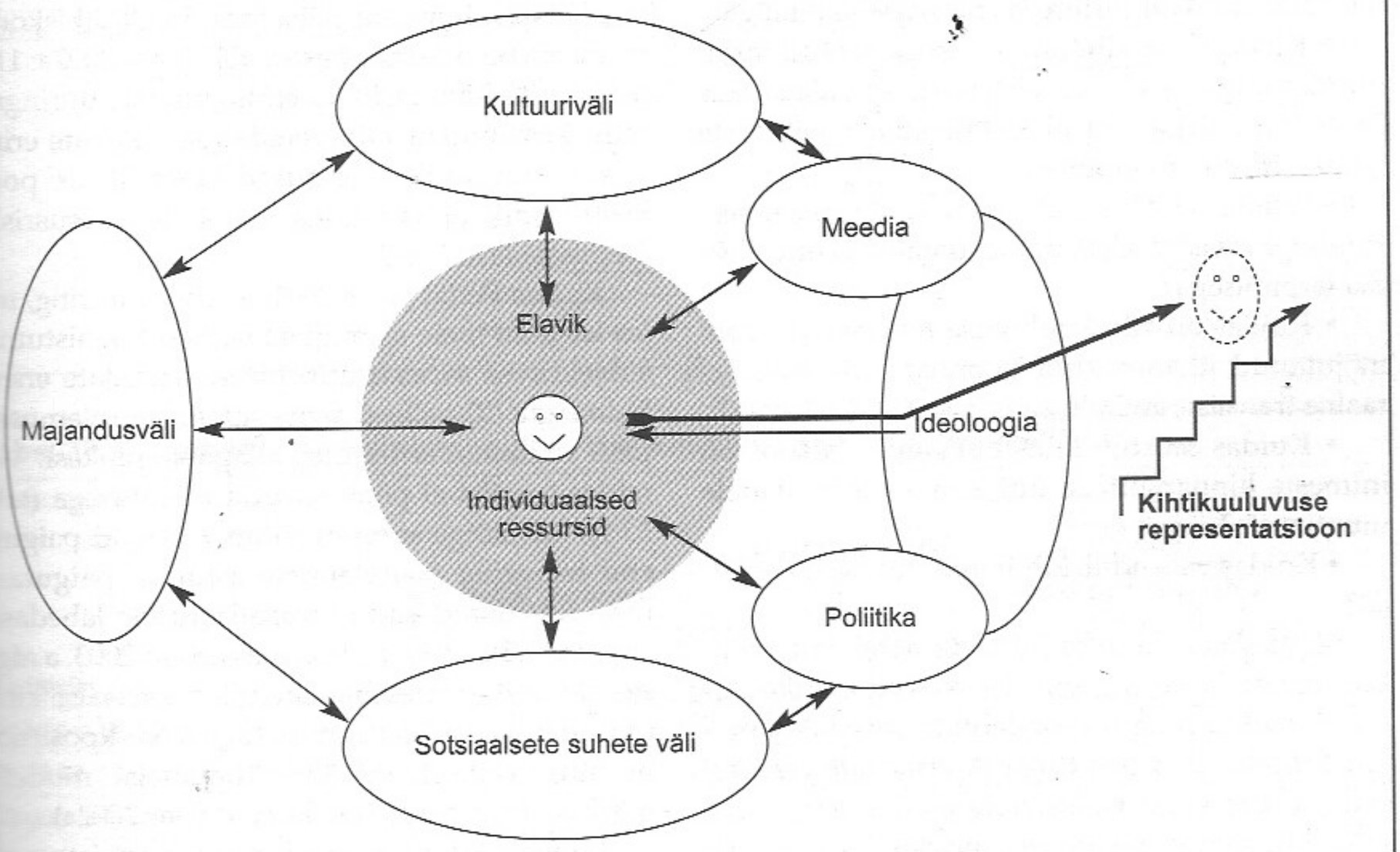
Ka sotsiaalsete suhete väljal toimunud muutused on suurel määral tulenenud majandussuhete ümberkorraldamisest: suhted tööandjate ja töövõtjate, omanike ja üürnike, vaeste ja rikaste, maaelanike ja linlaste vahel on teisenenud turumehhanismide mõjul. Samas on osa sotsiaalsetest suhetest – nii rahvussuhted, suhted kodanike ja mittekodanike vahel kui ka erakondlikud suhted, mis ulatuvad kaugemale vahetust parteipoliitika väljast tingitud ka poliitilistest reformidest.

Kultuuriväljal toimunud struktuurseid muutusi on kolme tüüpi. Esiteks, muutunud on vahekord nn piiratud kultuuritootmise ehk professionaalse loomesfääri ja kommertsialiseerunud, turumehhanismidele allutatud kultuuritegevuse vahel, sageli viimase staatuse kasuks. Teiseks, kultuuriväli on kaotanud suure osa oma funktsioonidest avaliku sfäärina. Opositsioonilise poliitilise avalikkuse funktsioon, millel põhines suurel määral kultuuri positsioon ENSV ajal, on nüüd demokraatliku ühiskonnakorralduse tingimustes läinud üle poliitikasfääri ning paljuski kandunud kultuuriväljalt meediasse. Samuti on kultuuri kiire postmoderniseerumine vähendanud kultuurisfääri kui avaliku sfääri toimimist rahvusliku "suure narratiivi" loojana. Vähenenud on kirjanduse, kunsti, teatri osa ühise tähendusruumi kujundajana. Selle funktsiooni on suurel määral üle võtnud kommertsialiseerunud meedia ja reklaam. Samas on kultuurivälja tugevasti mõjutanud tarbimisühiskonda iseloomustavad tendentsid, eeskätt tarbimispõhiste kultuurimallide levik, samuti tarbimispõhiste subkultuuride kujunemine. Viimaste seas on eriti olulist rolli mänginud noortekultuur.

Kiiresti muutuvate reeglitega ühiskonnas mõjutab ressursside kasutusvõimalusi spetsiifiliselt subjektiivse tegurina individuaalne võime kohaneda erinevatel väljadel asetleidvate muutustega oma võimalusi ümber mõtestada. Eeldame, et see on sõltuv eeskätt ealistest ja hariduslikest teguritest. Eesti oludes on subjektiivsete sotsiaalsete positsioonide kujunemisel mänginud märkimisväärset rolli ka rahvuslik kuuluvus, samuti maa- ja linna erinevused.

Seletades subjektiivse kihtikuuluvushinnangu tekkemehhanisme, kasutasime ühelt poolt Bourdieu väljateooria ja sümboolse võimu kontseptsiooni (Bourdieu 2003), teisalt Habermasi teooriat elaviku (elumaailma) rollist sotsiaalses kommunikatsioonis (Habermas 1987: 119–150). Habermasi järgi kujuneb elavik (sks *Lebenswelt*, ingl *life world*) kommunikatsiooniprotsessis, kus indiviid omandatab oma vahetult läbielatud kogemustele tähenduse, mida ta saab teistega jagada. Nende jagatud tähenduste tekkemehhanismi mõistmiseks on sobiv rakendada Bourdieu sümboolse võimu kontseptsiooni, mille järgi ühiskonnaliikmed hindavad oma positsiooni hindamisel ühiskonna võimustruktuurihete alusel kujundatavate enesestmõistetavate vaikimisi omaks võetud tõlgenduste ja definitsioonide süsteemist (*doxa*st). *Doxa* kui enesestmõistetavate tähenduste süsteem omandatakse sotsiaalsuhetes ja see muutub osaks inimese käitumisdispositsioonide süsteemist ehk *habitusest*.

Joonis 15.1. Kihtikuuluvuse enesehinnangu kujunemise teoreetiline mudel



toimib ka riigis domineeriv ideoloogia, kindlustades riigivõimu legitiimsuse ja riigialamate lojaalsuse (Bourdieu 2003: 144).

Meie kihianalüüsi põhihüpotees on: Siirdeperioodil valitsenud liberaalne majandusedukeskne ideoloogia on kujundanud "enesestmõistetavaks" arusaamad inimeste positsioneerumisest ühiskondlikul redelil lähtuvalt majandusedu ja konkurentsivõime kriteeriumidest. Nende kriteeriumide ja tõlgendusskeemide ülekandumine ideoloogiaväljalt elavikku kujundab inimeste subjektiivse kihtikuuluvushinnangu vastavaks oma võimalustele tarbijana.

Võime oletada, et sotsiaalne kihistumine transformeeruvas postkommunistlikus Eesti ühiskonnas on toimunud kolme tegurite rühma mõjul: a) tööhõive ja omandisuhete muutudes kujunenud positsioon majandusväljal ja sellest tulenev erinev osa ühiskonna tulude jaotuses; b) sotsiaalselt (rahvuslikult, territoriaalselt, sooliselt, pereliikmelisuselt) tingitud erinev juurdepääs varalistele, kultuurilistele ja sotsiaalsetele ressurssidele ja tõsikuti erinev kohanemisvõime ja osaluspotentsiaal muutuvas majanduslikus, poliitilises, sotsiaalses ja kultuurilises keskkonnas, mis võib olla seotud tervise, vanuse, hariduse, aga ka puhtpsühholoogiliste erisustega.

Kihtikuuluvushinnangut käsitleme kihistumise sotsiaalse representatsioonina (vt Hall 1997), milles väljendub inimeste subjektiivne tõlgendus oma positsioonidest ühiskonnaelu erinevatel väljadel. Selle representatsiooni kujunemist inimeste reaalselt läbielatava kogemuse (elaviku) tõlgendamisel ühiskonnas domineeriva ideoloogia mõjul esitab joonisel 15.1 kujutatud mudel. Joonise sisu ehk uurimisprojekti *Mina. Maailm. Meedia* raames kasutatud kihtikuuluvusmäärangu kujunemise teoreetiline mudel on kokkuvõtvalt järgmine.

Isiku reaalset positsiooni majandusväljal, kultuuriväljal ja sotsiaalsete suhete väljal tõlgendatakse individuaalses kogemuses (elavikus) ja kommunikeeritakse vastavalt ühiskonnas levinud sotsiaalsetele representatsioonidele, mille kujunemisel on oluline roll meedia ja poliitika mõjul loodavatel ideoloogilistel tõlgendusskeemidel, "loomulikuks" peetavatel uskumustel, mis kujundavad sotsiaalselt jagatud arusaamasid ühiskonnas toimivatest mõjujõududest, toimetulekumallidest, edukuse ja ebaedu kriteeriumidest ning normatiivsetest kriteeriumidest.

Meie analüüsi eesmärgiks ongi nende konkreetsete kriteeriumide väljaselgitamine, mille alusel Eesti praeguse ühiskonna liikmed hindavad positsioneerumist ühiskondlikul redelil.

Analüüsi tulemusel tahame leida vastust esitatud mudelist tulenevatele uurimisküsimustele:

- Millist rolli mängivad kihtikuuluvuse kui sotsiaalse representatsiooni kujunemisel inimeste objektiivsed sotsiaal-demograafilised erisused (rahvus, sugu, elukoht, vanus)?

• Kuidas mõjutab kihtikuuluvuse kui sotsiaalse representatsiooni kujunemist majanduslik kapital, võrreldes kultuurilise ja sotsiaalse kapitaliga?

• Kuivõrd on kihtikuuluvusega seotud tarbimiskäitumine ja elustiil ehk teiste sõnadega, kas Eestis on märgata tarbimisühiskonna väärtuste mõju kihistumise kujunemisele?

• Kuidas on kihtikuuluvus seotud positsioneerumisega meediaväljal, traditsioonilise ja uue meedia tarbimisega?

• Kuidas on kihtikuuluvuse representatsiooni mõjutanud üleminekuühiskonnas valitsev liberaalne transitsioonikultuur ehk siirdeideoloogia?

• Kuidas seostub kihistumisrepresentatsioon inimeste hinnangutega ühiskonnas toimuvatele muutustele?

• Kuidas väljendub kihtikuuluvus poliitikaväljal?

Järgnevas analüüsis püüame nendele uurimisküsimustele vastata, uurides seoseid kihtikuuluvushinnangu ning respondentide sotsiaal-demograafilistest erisustest tingitud erinevate ressursside (rahvus, sugu, vanus, haridus, elukoht, ametiseisund), samuti nende majanduslikku edukust, tarbimisaktiivsust, sotsiaalset ja poliitilist aktiivsust, kultuuritarbimist, meediakäitumist, ühiskondlike muutustega kohanemist ja usalduslikkust kajastavate tunnuste vahel.

2. Kihtikuuluvuse mõõtmine

Kihtikuuluvuse enesehinnangut on selgitanud Iris Pettai (2002), kasutades selleks küsitletavate enesepaigutust kujutletava ühiskondliku redeli kümnel tõusval astmel. Analoogilist meetodit kasutasime ka uurimuses *Mina. Maailm. Meedia*, et selgitada vastajate subjektiivset positsiooni sotsiaalsete suhete hierarhias (vt joonis 15.2).

Iga vastaja sai end paigutada ühele astmele kümnest, samuti näidata, kus tema arvates asetses tema pere 1980. ja 1930. aastate lõpul. See võimaldas näha praeguse sotsiaalsete positsioonide jaotuse taga ka eelnevatel ajastutel kogutud sotsiaalse ressursi kasutuskõlbulikkust uutes oludes. Hilisemas analüüsis koondati jaotusest lähtudes kokku esimesed kolm ning viimased neli astet, saades nii tulemuseks 5-pallise subjektiivse kihtikuuluvusmäärangu skaala: madalkiht (astmed 1, 2, 3), madalam keskkiht (4. aste), keskkiht (5. aste), kõrgem keskkiht (6. aste) ning kõrgkiht (7., 8., 9., 10. aste). Samasugust 10-pallise skaala lühendamist 5-palliseks on Eestis varem kasutanud Iris Pettai (2002).

2001. a puhkenud diskussioon "kahe Eesti" üle toetus levinud hinnangulisele arusaamale Eesti ühiskonna sotsiaalsest struktuurist, mille kohaselt "tegemist on väga elitaarse ühiskonnaga suhteliselt väiksearvulise eliidiga tipus ja väheste inimestega keskel. Inimeste põhimass on all, ühiskonna hierarhia madalamatel astmetel" (Saar 2002a: 115). Sellist pilti kinnitasid ka elutingimuste uuringud, mille keskpunktis olid perede sissetulekute erinevused ning mille tulemused rääkisid üle poole Eesti elanikkonna vaesusest või siis vaesusriskis olemisest (Tiit 2002).

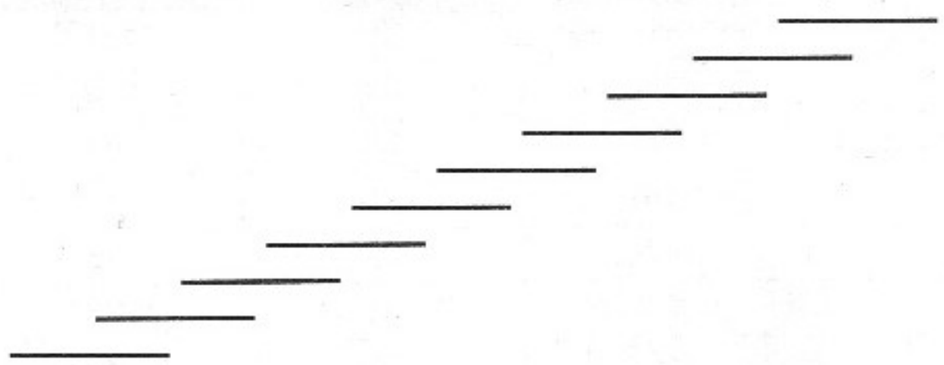
Ka Iris Pettai poolt 2001. a tehtud uuring, milles kasutati meie uuringuga sarnaselt kihistumise subjektiivse aspekti uurimiseks vastajate enesehinnangut 10-pallisel astmestikul, sai tulemuseks pildi sotsiaalse struktuuri allapoole nihkest. Võrreldes Iris Pettai poolt saadud tulemusega (tabel 15.1), kus kõige suurem rühm vastajaid paigutus end hierarhia madalaimale astmele, paigutasid meie küsitletud end normaaljaotusele lähedasemalt (joonis 15.3). Seega osutus meie poolt 2003. a alguses fikseeritud enesehinnanguline sotsiaalse kihistumise pilt tasakaalustatud, tugeva keskpositsiooni ning väiksemate äärerühmadega muudelle märksa lähemal asetsevaks (vrd Saar 2002a).

Kahes uurimuses saadud pilt vastajate praeguse olukorra kohta on väga erinev. Neid tulemuste erinevusi ja sarnasusi analüüsides tuleb igal juhul silmas pidada, et tegu on küsitletavate subjektiivse enesemääranguga, sotsiaalse representatsiooniga. Enese paigutamine ühiskondlikule redelile on alati võrdlus kellegi (referentsgrupi) suhtes, kes jääb vastajast "madalamale" või on jõudnud redelil "ülespoole". Mille alusel seda hinnatakse, sõltub tõlgenduskontekstist: on selleks oma konkreetse ümbruse taust, kus suuremat rolli mängivad vastastikused konkreetsed võrdlused ja "enesehinnangud", või on enesehinnangu aluseks ühiskondlikult tatum ideoloogiline skeem, näiteks kujutlus ülesisuhetest, sotsiaalsest ebavõrdsusest, poliitilisest mõjukusest, või vastupidi, kultuurilistest kriteeriumidest, näiteks "kõrgest" või "madalast" maitsest, moodsa tarbimiskultuuri standardidest, mõnuslikust väärikusest. Seetõttu on väga oluline küsimuse enda sõnastus.

Meie uuringus oli sõnastus esitatud hinnanguliselt võimalikult neutraalsena, rõhutades eelkõige ühiskonna vertikaalset ruumilist metafoori: *inimesed asuvad ühiskonnas erinevates kihtides. Inimene saab seda kujutleda kaardil kujutatud trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu, kui alla, päris põhja. Trepi ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna tippu, kõige rikkamaid ja mõjukamaid inimesi. Alumine, esimene aste aga on neile, kes tunnevad, et on praktiliselt ühiskonnast välja tõrjutud. Kuidas Te hindate, millisel astmel, millises ühiskonnakihis asute praegu Teie ise?* Tahtsime anda vastajale võimaluse kujutleda oma asukohta sotsiaalses ruumis, lähtudes temale endale

Joonis 15.2. Vastajatele ankeedis *Mina. Maailm. Meedia* esitatud astmestik enda kihtikuuluvuse hindamiseks

Kuidas Te hindate, millisel astmel, millises ühiskonnakihis asute praegu Teie ise?



Tabel 15.1. Vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus kahes uurimuses

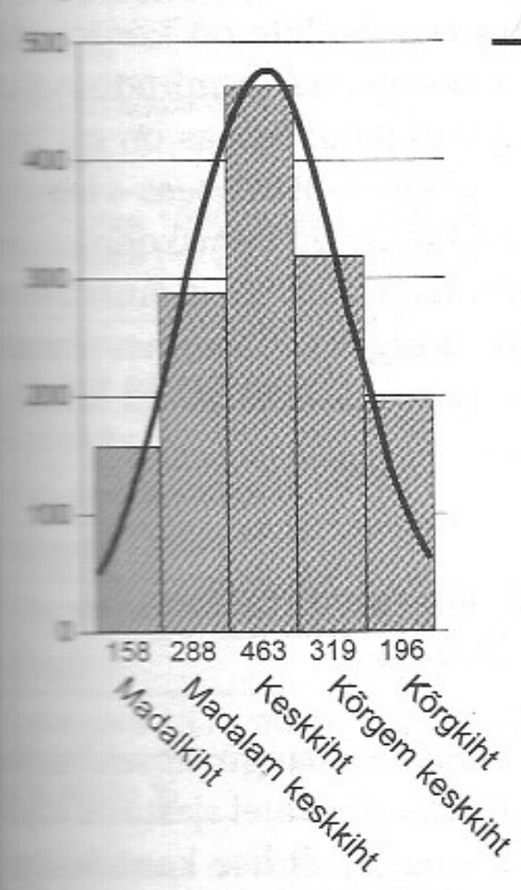
% vastajatest

	Kihtide osakaal			
	Iris Pettai uurimuse järgi		MeeMa uurimuse põhjal	
	1985	2001	1980. aastate lõpul	2002–2003
Madalkiht	10	31	7	11
Madalam keskkiht	15	22	11	20
Keskkiht	23	23	27	32
Kõrgem keskkiht	18	14	22	22
Kõrgkiht	34	10	33	13

Allikas 1985. ja 2001. a kohta: Pettai 2002

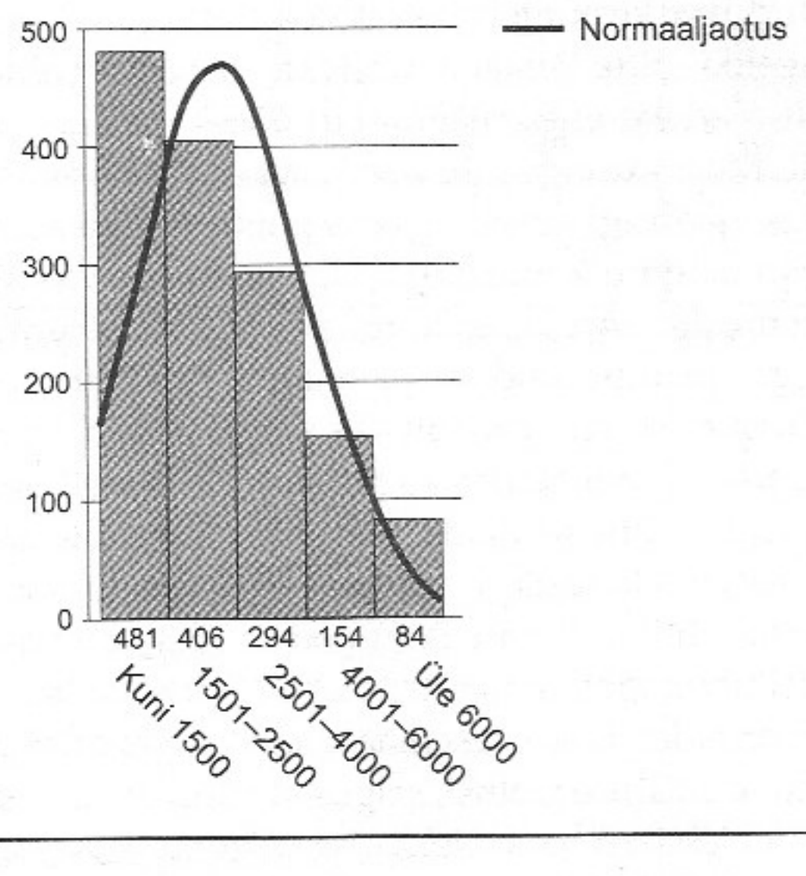
Joonis 15.3. Vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus

Millises ühiskonnakihis asute praegu Teie ise?; vastajate arv



Joonis 15.4. Vastajate jaotumine sissetuleku järgi

Kuusissetulek pereliikme kohta; vastajate arv



subjektiivsetest kriteeriumidest selle kohta, mis tähendab olla ühiskondlikul redelil ülal- või all-pool. Meie huvikeskmeks ongi just nende kriteeriumide iseloom.

Võrreldes meie uuringu küsimuse sõnastust Iris Pettai poolt kasutatud variandiga *Eestis on täna inimesi kõrgema ja madalama sotsiaalse positsiooniga, sõltuvalt inimese varandusest, sissetulekutest, haridusest, tööalasest positsioonist jms. Palun määratlege, millisel positsioonil olete teie 10-astmelisel skaalal?*, näeme, et viimasel juhul on rõhutatud mitte niivõrd ruumilist kuivõrd staatuselist aspekti (vrd sõnade *kiht* ja *kõrge või madal sotsiaalne positsioon* tähenduslikku konteksti), samuti on viidatud mitte lihtsalt majanduslikele või sissetulekuerinevustele, vaid

Tabel 15.2. Vastajate tööalane positsioon ja enesehinnangul põhinev asend ühiskonnas

Ametirühmade kihtikuuluvushinnangute jaotus (% ametirühmast)

	Alla keskmise (astmed 1–4)	Keskel (5)	Üle keskmise (6–10)	Keskmine 10-pallisel skaalal	Standard-hälve
Ettevõtja	10	21	70	6,03	1,23
Ettevõtte, asutuse tippjuht	5	26	69	5,88	1,56
Tippspetsialist	19	25	57	5,48	1,46
Õpilane, üliõpilane	17	28	55	5,31	1,85
Kodune	26	38	36	5,13	1,26
Talunik	40	20	40	5,13	2,13
Keskastme spetsialist või abispetsialist	23	36	41	5,10	1,51
Vabakutseline, FIE	29	32	39	4,97	1,82
Kontoriametnik	20	39	41	4,90	2,02
Isiku- või klienditeenindaja	32	29	40	4,88	1,72
Oskustööline	30	38	32	4,86	1,52
Seadme- või masina-operaator, sõidukijuht	41	27	31	4,60	1,61
Lihttööline	43	37	20	4,46	1,65
Pensionär	49	32	20	4,31	1,59
Töötu	56	25	18	4,17	1,76

varandusele, mis seostub otseselt rikaste ja vaeste dihhotoomiaga. Kuna meetod põhimõtteliselt on sama ning ka valim arvatavasti mõlemal korral esinduslik, võiks üks oletus olla, et sellise sõnastuse puhul aktualiseerus Pettai uuringus tunduvalt teravamini abstraktsem ühiskondlik kontekst ("võitjate" ja "kaotajate" diskursus), mis mõjutas teatud osa keskmiste sissetulekutega, kuid end kaugeltki mitte jõukana tundvate vastajate suhteliselt madalat enesemäärangut ühiskondlikul redelil. Meie uuringus ilmnenud vastuste normaaljaotus viitab aga sellele, et oma ühiskondliku asendi hinnangute kontekstiks oli pigem iga vastaja kogemuslik võrdlus talle tuttava sotsiaalse ümbrusega kui üldistatud ühiskonnapilt. Kui Pettail oli rohkem neid, kes objektiivselt keskel asusid, kuid oma positsiooni madalaks hindasid, siis meil ilmnes vastupidine tendents: võrreldes vastanute jaotust sissetulekute järgi (vt joonis 15.4) nende jaotumisega kihtikuuluvuse järgi (joonis 15.3), on näha subjektiivse kihihinnangu nihestatus ülespoole.

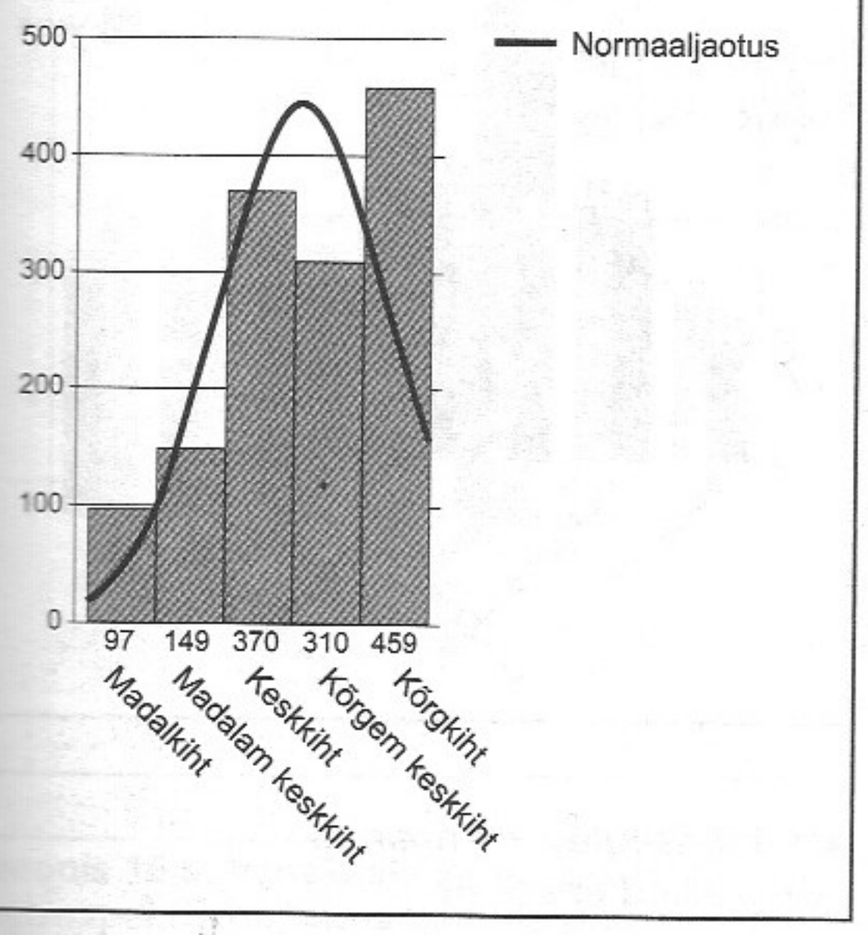
Võrreldes kihi enesemäärangu ning vastajate tööalase staatuse jaotusi, selgus samuti, et kihistumise objektiivse ja subjektiivse mõõtme vahel on märkimisväärne erinevus (vt tabel 15.2).

Näeme, et ehkki jämedas joones tööalane ja enesehinnanguline kihtide hierarhia tendentsina kattub, on igas ametirühmas end väga erineval kihiastmel tundvaid inimesi. Neljandik kuni kolmandik on neid, kes tööalasest positsioonist sõltumata on end näinud ühiskonnaredelil keskel asuvana. Talunike ja teenindajate rühmad on eriti teravalt polariseerunud, nende seas esineb võrdselt nii keskmisest kõrgemat kui keskmisest madalamat sotsiaalset enesemäärangut. Torkab silma, et õppurite sotsiaalne enesemäärang on väga kõrge (sama tendentsi märgib ka Iris Pettai (2002: 122) konkureerides ettevõtjate ja tippjuhtidega, kelle seast peaaegu kaks kolmandikku tunnetavad end ülakihtidesse kuuluvana. Sellele on kontrastiline tööliste madalaim enesemäärang mittetöötajate (pensionäride ja töötute) järel. Samas on nii lihttööliste, pensionäride kui töötute seas väheseid neid, kes ei tunne end kuuluvana ühiskonnamudeli madalatele astmetele. Varanduslike ja ametialaste kriteeriumide kõrval on igas ühiskonnas ilmselt teisi olulisi põhjusi, miks inimeste asend kihistumise redelil on erinev.

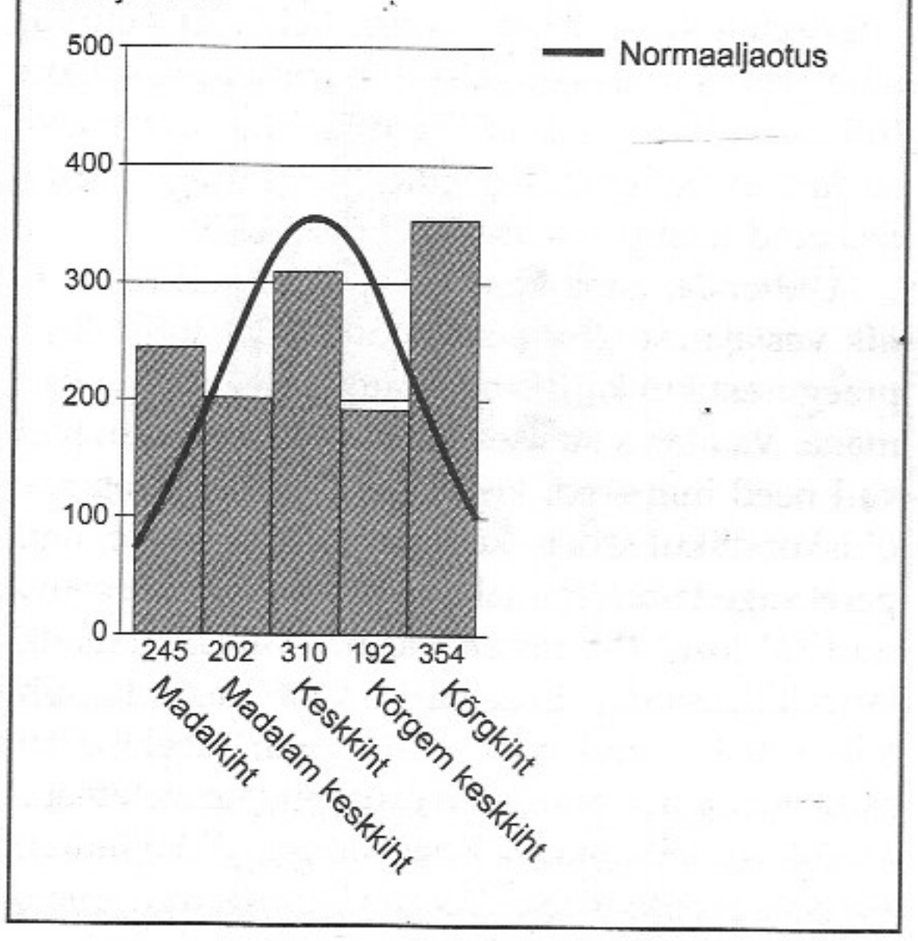
3. Kihtikuuluvuse representatsioon ajaloolises perspektiivis

Selgitamaks kihtikuuluvushinnangu seoseid muutustega Eesti ühiskonnas, erinevatel ajastutel valitsenud ideoloogiaga ning poliitilise konjunktuuriga, palusime vastajatel määrata enda positsiooni jutletaval ühiskondlikul redelil praeguse aeg ning oma pere asend nii 1980. kui 1930. aastatel pul (joonised 15.5 ja 15.6). Mõlemal juhul kujunes jaotuskõver praegusest erinevaks ning normaalsest jaotusest kõrvalekalduvaks kõrgemate kihtide suurema esindatuse suunas. ENSV lõpu ajas sentatsiooni mõjutab nähtavasti ideoloogiline

Joonis 15.5. Vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1980. aastate lõpul



Joonis 15.6. Vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. aastate lõpul



Tabel 15.3. Praeguste kihihinnangute ja minevikukujutluste vahekord

% praegusest ühiskonnakihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim
Kiht **1980. aastatel** (*Kus asus Teie pere 20 aastat tagasi (80ndate algul)?)*						
Madalkiht	**12**	7	8	6	2	7
Madalam keskkiht	7	**17**	9	11	6	11
Keskkiht	29	21	**40**	17	19	27
Kõrgem keskkiht	22	24	13	**33**	27	22
Kõrgkiht	31	31	30	33	**45**	33
Enda pere 1980. aastatel praegusest kõrgemale (+) või madalamale (-) asetanute %	+89	+76 / -7	+43 / -17	+33 / -34	-58	
Kiht **1930. aastatel** (*Millisele ühiskondliku redeli astmele paigutaksite oma vanemad, vanavanemad enne sõda, 30ndate aastate lõpul?)*						
Madalkiht	**30**	21	21	16	7	19
Madalam keskkiht	15	**16**	16	17	11	16
Keskkiht	22	26	**26**	19	26	24
Kõrgem keskkiht	10	14	12	**19**	20	15
Kõrgkiht	24	23	26	29	**37**	27
Enda pere 1930. aastatel praegusest kõrgemale (+) või madalamale (-) asetanute %	+71	+63 / -21	+38 / -37	+29 / -52	-64	

Paksu kirjaga on esile tõstetud end praeguse kihiga võrreldes samasse kihti asetanute osakaal.

struktuup "klassideta ühiskonnast", aga ka määratus Eesti elanike suhteliselt heast elujärjest ja kõrgest prestiižist, võrreldes teiste NL osadega. Võrdutades Pettai ja meie tulemusi (tabel 15.1), on pilt tendentsina sarnane: ENSV-s uskus 33% end kuuluvat kõrgemasse kihti ning kõige vähem oli neid, kes end madalaimatele astmetele paigutasid.

Ennesõjaaegset Eesti Vabariiki kujutletakse aga praegusest palju enam polariseeritud ühiskonnana – hoopis suuremat osa ühiskonnast nähakse äärmuslikesse kihtidesse kuuluvana –, kusjuures kõige suurema rühmana kujutletakse ka siin kõrgkihti (joonis 15.6).

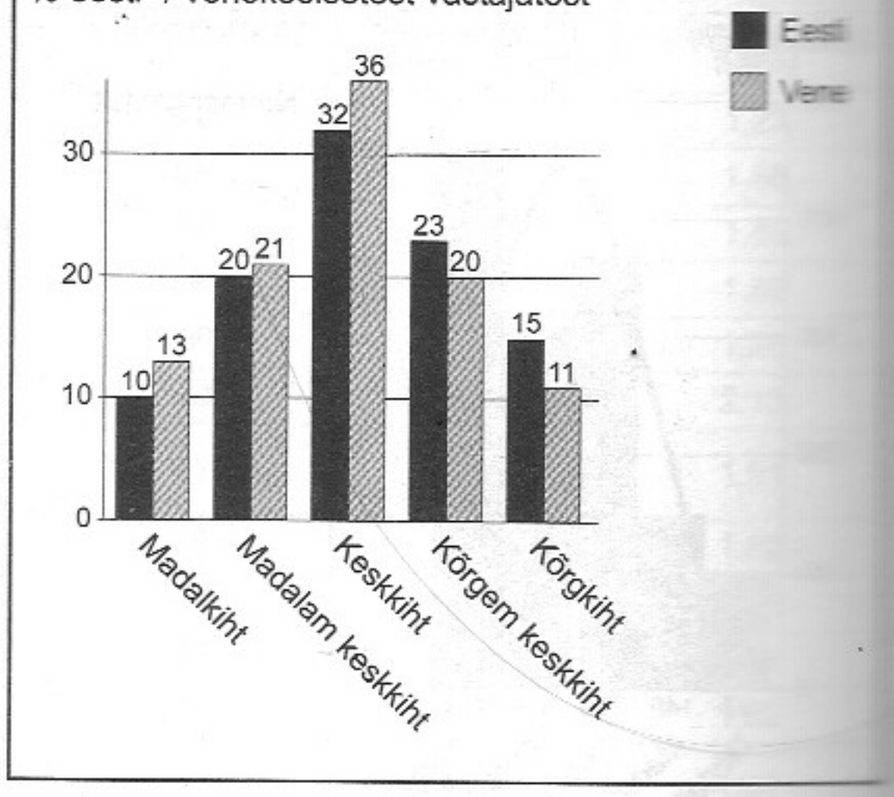
Peame silmas pidama, et retrospektiivse kihtikuuluvuse hinnangu puhul on tegemist mitte niivõrd reaalsel kogemusel, vaid pigem perekondlikel mälestustel ja pärimustel põhineva minevikuühiskonna kujutlusega. Võime öelda, et kujutlus oma perekonna sotsiaalsest asendist minevikus (nii ennesõjaaegse Eesti Vabariigi kui ENSV ajal) on just madalamates kihtides praegusega võrreldes tunduvalt positiivsem (vt tabel 15.3).

Üldtendentsina kujutleb rohkem kui kolmandik vastajatest oma positsiooni 1980. aastatel nii praegusest kui ka 1930. aastate positsioonist paremana. Vaadates tänasest päevast minevikku, näevad need inimesed, kes on end praegu asetanud ühiskondlikul redelil keskele või kõrgemale, oma peret sagedamini samal positsioonil või kõrgemal nii 1980. kui 1930. aastatel, samas kui kõige madalama kihi esindajad näevad end 1980. aastatel suhteliselt kõige edukamal positsioonil. Tabel tõestab sama tendentsi, millele on osutanud ka Helemäe jt (2000). Nimelt kujunes Eestis nõukoguliku industrialismi lõpuks välja sotsiaalne struktuur, mis ei põhinenud üksnes poliitiliselt sobivatel ettekujutustel (nt töölisklassile kõrgema positsiooni omistamine puht-ideoloogilistel kaalutlustel). 1950. aastate lõpul ja eriti 1960. ja 1970. aastatel käivitunud valgekraede haridusliku reproduktsiooni ning tööjõu rahvusliku kihistumise (venekeelne elanikkond kontsentreerus industriaalaladele ning moodustas töölisklassi enamuse, eestlased koondusid põllumajanduse, teeninduse, hariduse ja kultuuriga seotud valdkondadesse) tõttu kujunesid ka eestlaste seas suuremat sotsiaalset, kultuurilist ning ka majanduslikku kapitali kogunud kihid, mis osutusid konkurentsivõimelisteks ka pärast 1990. aastate muutusi.

4. Subjektiivse sotsiaalse enesemäärangu sotsiaal-demograafiline kontekst

Kuna kihistumise enesemäärangu puhul on tegemist subjektiivse skaalaga, on tõenäoline, et vastuste jaotumisele avaldab mõju mitte ainult isiklik kogemus, vaid ka enda võrdlemine samasse rahvusse, sugupoolde või kohalikku kogukonda kuuluvate inimestega. Nende tunnustega on inimene n-ö sünnipäraselt seotud ning juhul, kui neist sõltuvalt on pärsitud inimese sotsiaalne edukus, võime rääkida ühiskonnas valitsevast diskrimineerimisest. Juhul kui vastav grupp või kogukond tervikuna tunneb end ühiskonnas allasurutuna, võib eeldada ka selle liikmete madalamat sotsiaalset enesemäärangut võrreldes teiste gruppidega.

Joonis 15.7. Eesti- ja venekeelsete vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus



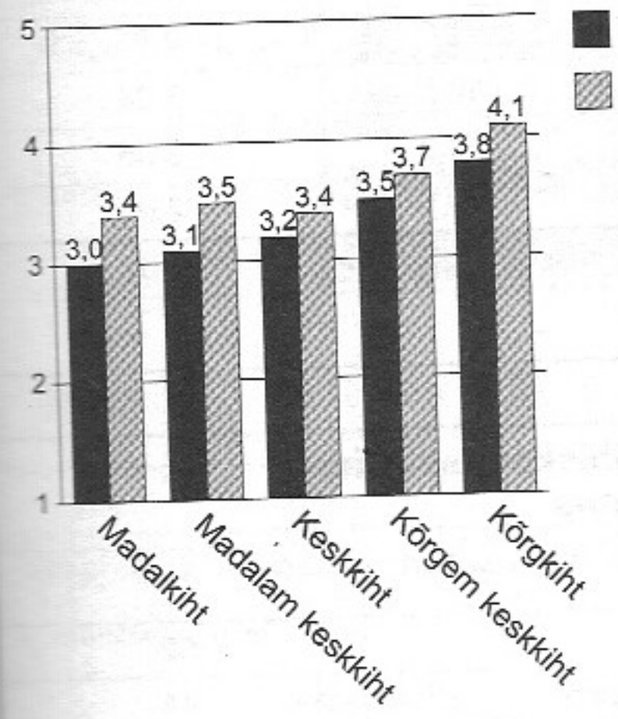
4.1. Kihtikuuluvushinnangu rahvuslikud erisused

Eesti ühiskonna arengule viimase 15 aasta jooksul on tugeva pitseri vajutanud just ühiskonna jagunemine rahvuslikul alusel (vt Lauristin & Heidmets 2002). Rahvusriigi taastamine lõi eestlastele võimaluse oma kultuuriliste, sotsiaalsete ja sümboliliste ressursside edukamaks kasutamiseks enda positsioneerimisel ühiskonnas, samas kui mitte-eestlaste puhul on täheldatud "allapoole kuluvat mobiilsust", st varasemate ühiskondlike positsioonide loovutamist (Pavelson & Luuk 2002). Sotsioloogid on rõhutanud muulaste sotsiaalse positsiooni seoseid kodakondsuse- ja keelepoliitikaga (Hallik 2002), kuid on osutatud ka mitte-eestlaste väljatõrjumisele subjektiivsetel konkurentsi- ja lojaalsuse motiividel (Kruusvall 2002). Ka meie uurimuse andmetel on kihtikuuluvuse enesemääratlusrang rahvuste lõikes mõnevõrra eristuv, kusjuures eestlastele on tendentsina omane veidi kõrgem kihtikuuluvushinnang (vt joonis 15.7). Eesti- ja venekeelsete vastajate keskmise kihtikuuluvushinnangu erinevus (eestlastel 3,13 ja mitte-eestlastel 2,96) oli statistiliselt oluline ($p < 0,01$).

Nagu jooniselt 15.7 selgub, on erinevused eestlaste ja muulaste kihtikuuluvushinnangus tõepoolest eestlaste kasuks, kuid jaotuse üldine struktuur on suhteliselt sarnane. Kokkuvõttes on madalamate ja keskkihtide (1–3) ning kõrgemate kihtide (4–5) vahekord eestlaste seas 60 : 38 ja muulaste seas 66 : 30. Seega võime nendele andmetele toetudes väita, et ehkki muulaste seas on veidi enam neid, kes tunnevad end ühiskondliku redeli alumises osas olevat, jaotub venekeelne kogukond siiski oma kihimäärangutes eestlastega üsnagi

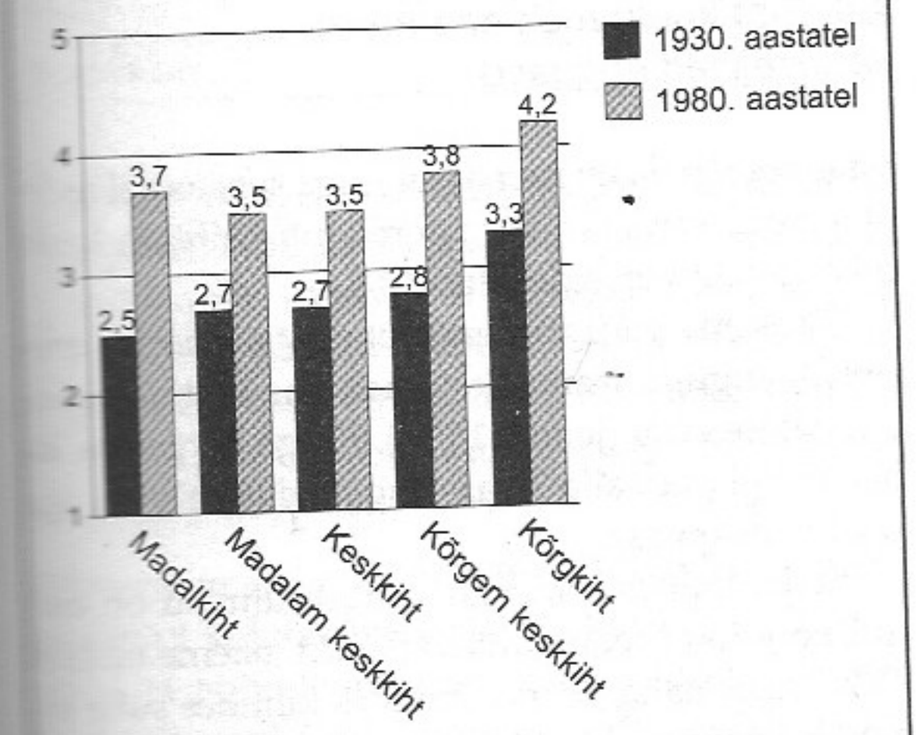
Joonis 15.8. Eestikeelsete vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. ja 1980. aastate lõpul

Keskmised 5-pallisel skaalal; praeguste kihtide lõikes



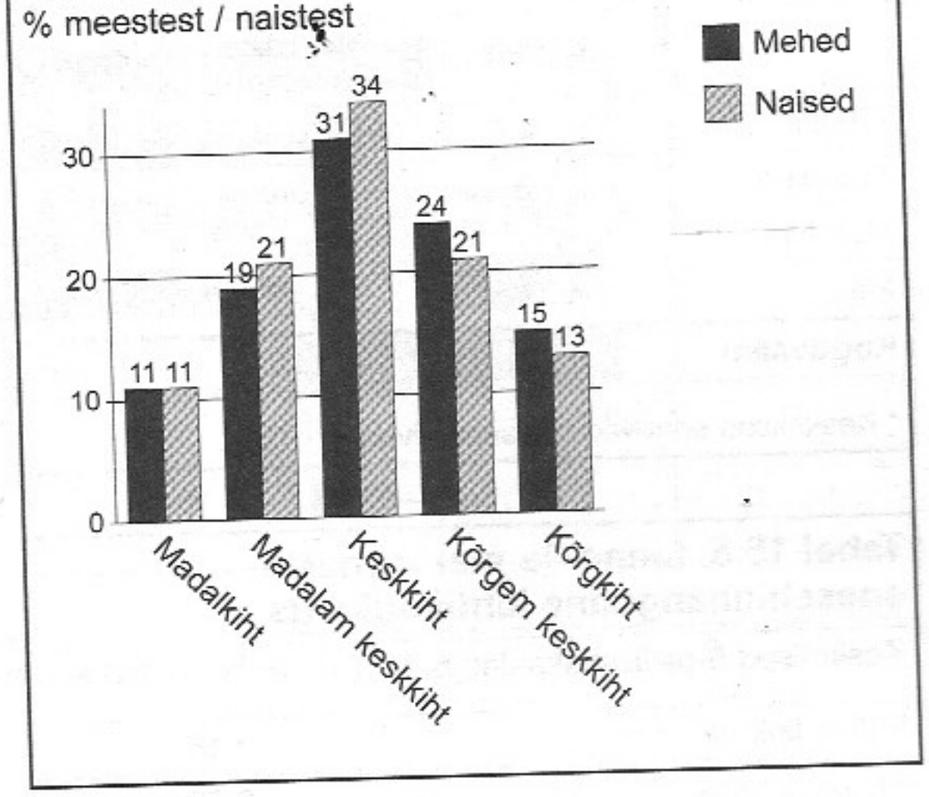
Joonis 15.9. Venekeelsete vastajate retrospektiivne hinnang enda perekonna kihtikuuluvusele 1930. ja 1980. aastate lõpul

Keskmised 5-pallisel skaalal; praeguste kihtide lõikes



Joonis 15.10. Meeste ja naiste enesehinnanguline kihtikuuluvus

% meestest / naistest



ga võrreldes mitte-eestlastest omaaegsed kvalifitseeritud tööstustöölised ja spetsialistid, kellele on olnud üleminekuaastatel iseloomulik mobiilsus allapoole (Pavelson & Luuk 2002). Kujutlus 1930. aastatest, mis suurel osal venekeelsetest vastajatest möödus Nõukogude Venemaal, on mitte-eestlaste silmis seevastu palju halvem kui nende seisund nii ENSV-s kui ka praeguses Eesti Vabariigis (vrd jooniseid 15.8 ja 15.9).

Seega võime oma tulemuste põhjal kinnitada varasemates uuringutes väidetut, et erinevused eestlaste ja mitte-eestlaste sotsiaalses enesehinnangus on seotud mitte niivõrd etnilise kui poliitilise, majandusliku ja ideoloogilise taustaga.

4.2. Kihtikuuluvushinnangu soolised erisused

Teine rahvarühmade eristaja, mis on tundlik sotsiaalse diskrimineerimise suhtes, on elanikkonna sooline jaotus. Kuivõrd on soolise võrdõiguslikkuse teema esilekerkimine Eesti ühiskonnas mõjutanud meeste ja naiste sotsiaalset enesemäärangut? Võrreldes meeste ja naiste hinnanguid oma asendile ühiskondlikul redelil (joonis 15.10), ei ole võimalik täheldada väga suuri erinevusi. Nii nagu muulastegi puhul, on märgata kihtikuuluvushinnangute soolises jaotuses teatud tendentsi: naiste positsioon on kokkuvõttes kriipsu võrra nõrgem, naiste ja meeste vahekord end alla keskpunkti või keskpunkti ning sellest kõrgemale asetanute vahel on vastavalt 64 : 33 ning 60 : 37. Erinevus naiste ja meeste keskmise kihimääratluse vahel (vastavalt 3,04 ja 3,11) osutus siiski statistiliselt mitteoluliseks.

maselt: ligikaudu kolmandik arvab end asuvat ühiskondliku redeli keskmisest kõrgemal astmel.

Rahvusliku kuuluvusega võrreldes põhjustab kihtikuuluvushinnangute suuremaid erinevusi vastanute kodakondsus. Meie uurimuse andmetel on Eesti kodanike keskmine sotsiaalne enesehinnang (3,12) oluliselt kõrgem ($p < 0,01$) kui teiste riikide (v.a Vene) kodanikel (3,05) või kodakondsuseta inimestel (2,91). Eriti madal on just Vene kodanike keskmine sotsiaalse enesemääratluse tase (2,74).

Seevastu tagasivaates 1980. aastatele hindavad mitte-eestlased oma perekonna positsiooni eestlastest veidi paremana. Võib oletada, et eriti teravalt tunnetavad praeguse staatuse langust ENSV-

Tabel 15.4. Kihtikuuluvuse enesehinnang asulatüübi lõikes

% asulatüübist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Keskmine hinnang (5-pallisel skaalal)*
Pealinn	9,4	18,8	30,5	25,0	16,3	3,20
Suur linn	10,3	23,0	31,4	22,6	12,6	3,04
Muu linn	12,9	16,5	36,2	21,0	13,3	3,05
Maa	11,8	22,7	33,2	20,1	12,1	2,98
Koguvalim	11,1	20,2	32,7	22,3	13,7	3,07

* Keskmised erinevad olulisuse nivool $p < 0,05$.

Tabel 15.5. Linna- ja maainimeste enesehinnanguline kihtikuuluvus

Keskmised 5-pallisel skaalal; $p < 0,01$

Põline linlane	3,15
Pigem linlane	3,09
Raske öelda, mõlemat	3,12
Pigem maainimene	3,08
Põline maainimene	2,67

4.3. Kihtikuuluvushinnangu elukohajärgsed erisused

Kolmas grupp, kelle suhtes on Eestis levinud arusaam selle allasurutud seisundist, on maarahvas. Tõepoolest, iseseisvusaja poliitilised ja majanduslikud arengud on tugevasti vähendanud põllumajanduse osakaalu Eesti tööhõives ning SKP-s ning koos kolhooside ja sovhooside kadumisega hävitanud ka müüdi põllumajandusest kui Eesti elu nurgakivist. Maapiirkondi vaevab objektiivne arengukriis, vajadus ümberkorralduste järele tööhõivestruktuuris, ressursinappus ja ka avalikkuse hoiaku muutumine negatiivsemaks.

Kuidas on need tendentsid mõjunud maa- ja linnainimeste sotsiaalsele enesemäärangule ühiskondlikul redelil? Maalise identiteedi ja madalama sotsiaalse enesehinnangu seostumine ongi meie tulemustes märgatav: need, kes vastuseks küsimusele *Kas Te peate ennast rohkem maa- või linnainimeseks?* end põliste maainimestena identifitseerisid, asetasid end keskeltläbi madalamale ühiskonnaredeli astmele (tabel 15.5).

Kui aga vaatame mitte inimeste subjektiivset maainimese–linlase identiteeti, vaid konkreetset elupaika (vt tabel 15.4), on pilt tunduvalt ühtlasem: igasse kihti on end määratlenud üsna sarnane osa eri asulatüüpide elanikest. Siiski ka siin keskmise enesehinnangu erinevus pealinna ja maa-asulate elanike vahel statistiliselt oluline ($p < 0,05$).

Tabel 15.6. Ühiskonnakihtide keskmine vanus

Täisaastates

Madalkiht	52
Madalam keskkiht	44
Keskkiht	42
Kõrgem keskkiht	39
Kõrgkiht	36
Koguvalim	42

4.4. Kihtikuuluvushinnangute vanuselised erisused

Väga selgelt on enesemääranguga sotsiaalsel [redel]il seotud vanus, mida näeme juba kihtide [kesk]mist vanust võrreldes (tabel 15.6).

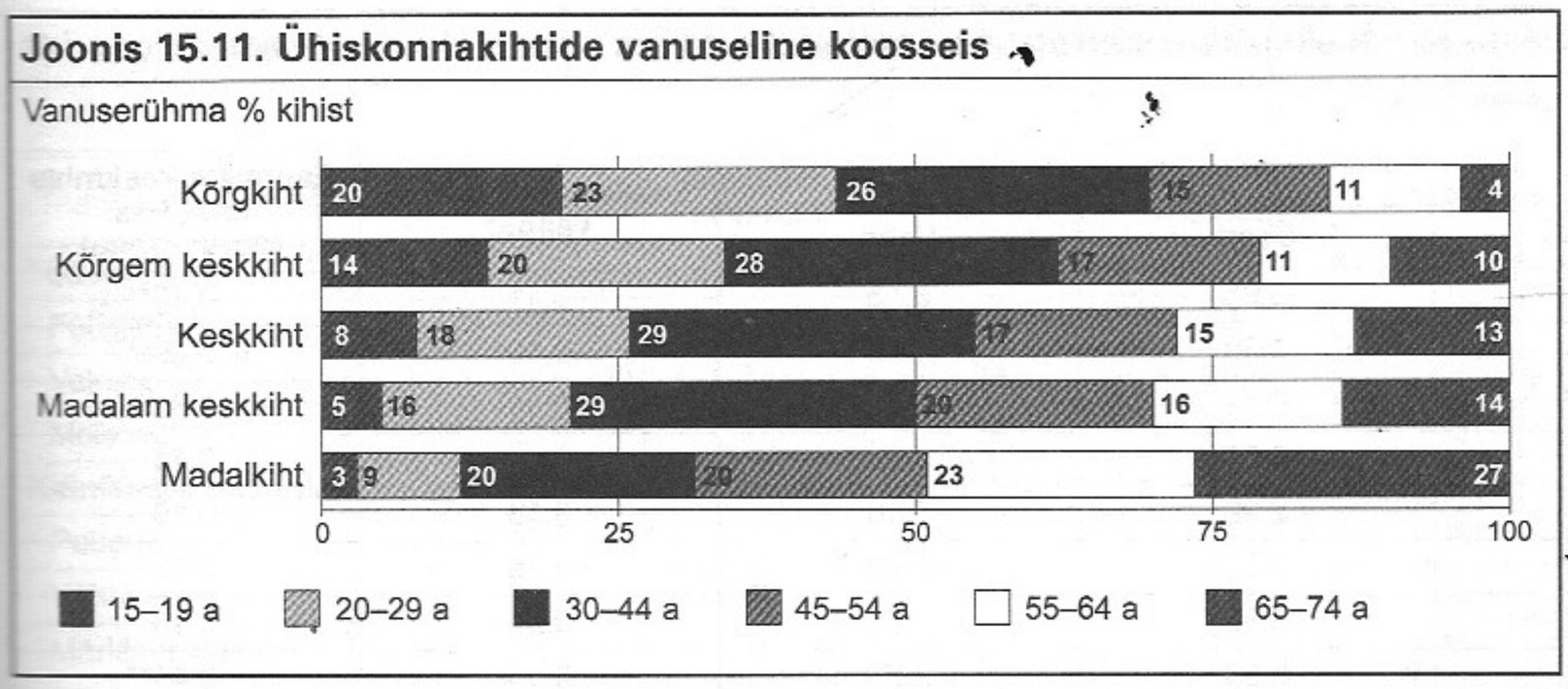
Täpsema pildi vanuse seotusest sotsiaalse [ene]semääranguga saame, kui vaatleme kihtide [vanu]selist koosseisu (joonis 15.11). Kõige kõrgem[as]his on ligi pool alla 30-aastasi, madalkihist [ena]pool pensionieas.

Seda, kuidas erinevad vanuserühmad [end] ühiskondlikul redelil määratlenud, näeme [tabelist] 15.7. Nagu näha, on nooremates kihtides [suhteli]gevalt kõrgema kihihinnangu kasuks, [kuid] nevate kihtide proportsioonid vanuser[ühmades] tasakaalustuvad, pensionieas hakkab [domineer]ma madalamate kihtide osakaal.

Nooremate earühmade eeliseid kiirest [muutu]va ühiskonnaga kohanemisel on kinnitanud [ka] teised Eestis tehtud sotsioloogilised [uuringud] (Titma 1999, 2001, 2002; Helemäe jt 2000; [Saar] 2002b). Võrreldes kaht kohorti – neid, [kes] seivumise taastamise ajal 50-aastased ([praegune] sioniikka jõudnud põlvkond), ja neid, [keda] on nimetanud "võitjateks", ehk toonaseid [30]-taseid – toovad Helemäe, Saar ja Võ[rk]ma kohordi suurima edu-eelisena välja [muutu]ga kiire kohanemise:

> Noorema kohordi puhul langesid [mitme] soodsad tegurid kokku. Nad olid [just] [noor]

Joonis 15.11. Ühiskonnakihtide vanuseline koosseis



Tabel 15.7. Enesehinnanguline kihtikuuluvus vanuserühmades

% vanuserühmast

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht
15–19	2	10	28	32	27
20–29	6	18	33	25	18
30–44	8	21	35	22	13
45–54	13	23	31	22	12
55–64	17	22	33	17	11
65–74	23	22	33	17	4
Koguvalim	11	20	33	22	14

elutee alguses, kui ümberkorraldused Eestis algasid. Muutunud olukord nõudis teistmoodi mõtlemist, teistmoodi tegutsemist. Ja selleks olid need noored inimesed valmis. Neid ei seganud vanad stereotüübid, teadmine, et nii ei saa, ei tohi või ei ole kunagi varem tehtud (Helemäe jt 2000: 238).

Kui varasemalt on nn võitjate põlvkonnana iseloomustatud kolmekümneaastasi, tundub meie andmetel, et nooremapoolsete eelisseisund on nüüd üle kandunud veelgi noorematele, 15–19-aastastele. Kõige nooremas rühmas on madalamate ja kõrgemate kihtide osakaal 1 : 5, järgmises rühmas 1 : 2. 30–44-aastaste seas (Titma "võitjate põlvkonnas") on aga madalamate ja kõrgemate kihtide suhe peaaegu tasakaalustunud (3 : 3). Praeguste noorte nii kõrge enesemäärang võib tunduda paradoksaalsena selle taustal, mida me teame kõrgest tööpuudusest elu alustavate noorte seas ja laste ega perede suuremast vaesusest. Ilmselt on sellest objektiivsest olukorrast määravam noorte tulevikku suunatud ootuste mõju, üleminekuühiskonnale iseloomuliku kiire arenguga kaasnev noorte suur optsiaalne optimism, mille aluseks on iseseisvusaal kasvanud noore põlvkonna suurem eneseusaldus, kohanemus turumajanduslike suhetega ning avatus maailmale.

Kuna üleminekuga seotud protsessid Eestis on tugevalt rahvusriikliku dominandiga, olles ilmselt erinevalt hinnatud ja tõlgendatud eestlaste ja mitte-eestlaste poolt (Lauristin & Heidmets 2002; Rose 2002), avaldab see ilmselt mõju ka eri rahvusest vanusegruppide enesemäärangule. Vaadeldes ainult täisealisi vastajaid (st jättes välja vastajad vanuses 15–17), võrdlesime erinevast rahvusest vanuskohortide enesemäärangute keskmisi kihistumise 5-pallisel skaalal (vt tabel 15.8).

Nagu näha, on eestlaste seas statistiliselt olulisel määral kõrgem staatusehinnang omane vanuseskaala alguses, nooremate kui 35-aastaste rühmades, ning samuti vanuses 55–65 eluaastat, samas kui keskealiste rühmade ning pensionieealiste kihihinnangud rahvuste lõikes oluliselt ei erine. Vanemates earühmades on eestlaste enesehinnangut oletatavasti tõstnud iseseisvuse taastamine, mis samas just nende aastakäikude muulaste staatust tugevasti allapoole nihutas. Nooremate, juba Eesti Vabariigis aktiivsesse ikka jõudnud earühmade vahelised rahvuslikud erinevused oma positsiooni määratlemisel Eesti ühiskonnas on aga kriitiliseks märguandeks senise integratsioonipoliitika vähese efektiivsuse kohta.

Erinevate ühiskonnakihtide sotsiaal-demograafilist struktuuri võrreldes (vt lisatabel 15.1) näeme, et suurimad on vanuselised erinevused,

Tabel 15.8. Eesti- ja venekeelsete vastajate enesehinnanguline kihtikuuluvus vanuserühmades

Keskmised 5-pallisel skaalal

	Keel		Eestlaste keskmise veapiir	Eestlaste keskmise erinevus (eesti – vene)
	Eesti	Vene		
18–24	3,63	3,16	0,11	0,47**
25–29	3,39	3,10	0,10	0,29**
30–34	3,19	2,87	0,11	0,32**
35–39	3,20	3,06	0,14	0,14
40–44	2,99	3,18	0,13	0,19
45–49	3,06	2,98	0,16	0,08
50–54	3,00	2,84	0,14	0,16
55–59	3,08	2,68	0,16	0,40**
60–65	2,86	2,44	0,12	0,42**
66–74	2,52	2,56	0,11	0,04
Koguvalim	3,09	2,92	0,04	0,17**

** Keskmised erinevad olulisuse nivool p < 0,01.

samas kui soo-, rahvuse- ja elukohajärgsed struktuurid on suhteliselt sarnased. Millest ülalkirjeldatud tendentsid kõnelevad? Eeskätt sellest, et inimesed määratlevad oma kohta ühiskondlikul redelil ehk Bourdieu mõistet kasutades, oma asendit sotsiaalsete positsioonide väljal, suuresti oma kogukonna, tegeliku sotsiaalse keskkonna kontekstis: linlased linlaste seas, venelased vene kogukonna raames, mitte aga abstraktselt, kogu Eesti elanikkonda silmas pidades. Ehk nagu on näidanud ka Kaire Lõhmus ja mitmed teised: oma positsiooni määratakse enda referentsgrupist lähtudes (Lõhmus 2002). Loomulikult võib referentsgrupp olla ka laiema taustaga seotud, hoopis kaugemalt silma hakkav, teatud elulaadi, võimaluste ja püüdluste ideaaltüüpi esindav. See kajastub ka erinevate sotsiaalsete rühmade keskmiste staatushinnangute erinevustes. Järgnevas analüüsis püüamegi esmalt selgusele jõuda, millised on need majandus-, kultuuri- ja sotsiaalsete suhete välja põhidimensioonid, millest lähtudes erinevad grupid määratlevad end ühiskonnas kellegi suhtes ülalpool, samal astmel või allpool olevaks.

5. Kihtikuuluvus ja küsitletute asend majandusväljal

Küsitletute positsiooni majandusväljal iseloomustame läbi rahalise jõukuse, omandi, töö iseloomu ja sissetulekute allika ning tarbimisiseärasuste.

Kihtide majanduslikku aktiivsust ja positsiooni iseloomustavad näitajad võtab kokku tabel 15.9.

5.1. Kihtide sissetulekud, töö iseloom, ettevõtluskogemus ja rahaline jõukus

Vaadates kihtide koosseisu sissetulekurühmade lõikes, on oluline silmas pidada, et küsitluse ajal oli keskmine sissetulek pereliikme kohta veidi alla 2500 krooni kuus (neto).

Nagu näeme erinevate sissetulekutega inimeste enesemäärangute jaotusest kihiti (tabel 15.8), on sissetuleku puhul kuni 2000 krooni kuus pereliikme kohta valdavaks enese paigutamine ühiskonnaredeli madalamasse poolde. Samas on keskmise (vahemikus 2001–3000 krooni pereliikme kohta) sissetulekuga inimeste arusaamine oma positsioonist ühiskondlike suhete väljal tugevalt polarieeruv, vastates kogumi üldjaotusele. Alles sissetuleku puhul üle 4000 krooni pereliikme kohta võime rääkida nii materiaalselt kindlustatud kui ka end valdavalt keskmisest kõrgemale asetavast elanikkonna rühmadest.

Siiski ei määra inimeste kihtikuuluvustunnetust ainult raha, vaid ka muud majandussfääriga seotud tegurid. Oluline on kindlasti inimese paiknemine töösfääris, tema majandusliku tiivsuse sisu ja töö iseloom, mida käsitlesime eelpool (tabel 15.2). Kõrgem kihtikuuluvustunnetus on omane ettevõtjatele, juhtidele ja spetsialistidele, samuti õppuritele. Talunike ja teenindajate kihtikuuluvushinnang on polariseerunud kõrgema ja madala vahel. Madalaimale astmele on end kõige sagedamini asetanud lihttöölised, pensionärid ja töötud.

Erinevate tööalade puhul on oluline ennekõike vaimse ja füüsilise töö dimensioon (tabel 15.10).

Kihtikuuluvushinnang ei olene tähenduslikult positsioonist ja tulude suurusest, vaid kõrgemale

Tabel 15.9. Ühiskonnakihtide majanduslikku positsiooni iseloomustavad näitajad

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Töö iseloom						
Füüsiline	40	34	29	22	14	27
Vaimne	38	37	37	34	34	36
Mõlemat	21	29	34	44	52	37
Kinnisvara omamine						
Puudub	12	13	12	8	5	10
Vähene	72	66	62	61	58	63
Märkimisväärne	14	16	22	23	26	20
Suur	2	5	5	9	11	6
Ettevõtlikkus – märkimisväärne või suur	8	13	15	25	32	19
Rahaline jõukus						
Väike	74	43	34	19	10	33
Keskmine	22	41	34	37	32	35
Suur	4	15	32	44	59	32
Palgatulu – põhiliselt või olulisel määral	43	68	75	81	82	73
Ettevõtlustulu – põhiliselt või olulisel määral	2	3	3	7	12	5
Sotsiaaltulu – põhiliselt või olulisel määral	64	44	35	30	20	37

Tabel 15.10. Enesehinnanguline kihtikuuluvus sissetulekurühmades

% sissetulekurühmast

Kuusissetulek pereliikme kohta	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht
Kuni 1000	19	29	32	13	8
1001–2000	16	23	34	20	8
2001–3000	6	21	37	23	12
3001–4000	6	12	37	29	15
4001–5000	2	14	30	29	25
5001–6000	7	2	22	31	38
Üle 6000	3	5	19	31	42
Koguvalim	11	20	33	22	14

allikast (tabel 15.9). Omaniku- või ettevõtlustulu suurem osa sissetulekutes tõstab kihtikuuluvuse enesehinnangut, hüppeline omaniku- ja ettevõtlustulu osatähtsuse kasv iseloomustab eriti kõrgkihti. Kõrgema sotsiaalse enesemääranguga inimesi (kõrgemat keskkihti ja kõrgkihti) iseloomustab ka märkimisväärne kinnisvaraomand, samas kui juba keskkihis ja sellest madalamatel ühiskondlikel astmetel tunnevad end sagedamini inimesed kel märkimisväärset kinnisvara pole (peale omastatud korteri). Asjaolu, et kinnisvaraomanike ettevõtlustulu saajate sotsiaalne enesemääratus on veeglina kõrgem, näitab, et omanike kihi kujunemine erastamisprotsessis on mõjutanud oluliel määral sotsiaalsete positsioonide hierarhiat.

Tabel 15.11. Kihtikuuluvuse enesehinnang sõltuvalt töö iseloomust

Keskmised 5-pallisel skaalal; $p < 0{,}001$

Töö iseloom	
Ainult füüsiline	4,30
Põhiliselt füüsiline	4,68
Võrdselt nii vaimne kui füüsiline	4,91
Põhiliselt vaimne	5,31
Ainult vaimne	5,27
Koguvalim	4,89

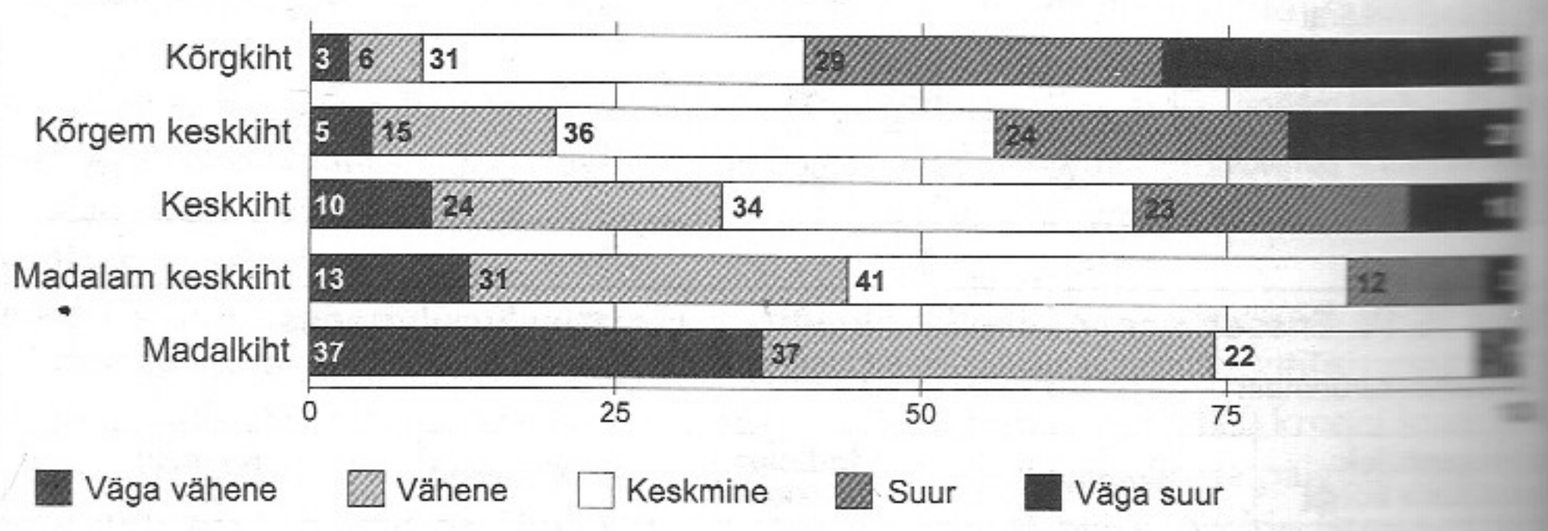
Tabel 15.12. Ärikogemused ühiskonnakihtides

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Kas olete osalenud mõnes äriprojektis?						
Ei ole	95	94	91	82	80	88
Jah	5	5	8	18	20	11
On olnud / on mõne äriühingu liige	4	4	7	14	19	9
On ostnud/müünud aktsiaid	8	7	10	10	12	9
On osalenud mittetulunduslikus projektis	9	12	11	17	15	13
On kannatanud ettevõtte, panga pankroti tõttu	20	22	20	24	23	22
Kas Teie ärilised ettevõtmised on kokkuvõttes olnud ...						
... õnnestunud, tulutoovad	3	7	10	18	22	12
... ebaõnnestunud	6	7	8	8	9	8
Puuduvad kogemused äri alal	85	80	73	70	64	74

Joonis 15.12. Ühiskonnakihtide koosseis rahalise jõukuse alusel

Rahalise jõukuse taseme % kihist



Kas ka tegelikult on kõrgema kihimääranguga inimeste seas rohkem neid, kes on viimase kümne aasta jooksul mitmesuguste äri- ja muude projektidega tegevad olnud? Sellele annab vastuse tabel 15.12, millest selgub, et ettevõtluskogemust omavate inimeste osakaal ei ületa üheski kihis neljandikku, kusjuures konkreetsete äriprojektidega on olnud seotud vaid kümnendik. Seejuures on tõepoolest kahes kõrgema enesemääranguga rühmas ärikogemustega inimeste hulk mõnevõrra suurem, kuid siiski puuduvad ärikogemused ka siin 64–70%-l kihist. Seega võime tõdeda, et ettevõtlikkuse ja äri väärtustamine sotsiaalsel redelil kõrgema positsiooni andjana on rohkem üleminekuühiskonnale omase ettevõtlusideoloogia tulemus kui reaalsele ettevõtluskogemusele toetuv nähtus.

Seega moodustavad ka Eesti üleminekuühiskonna kõrgkihi valdavalt palgasaajad, kellele töötasu tagab oma erinevate vajaduste rahuldamiseks piisava sissetuleku. Mida suuremat rolli pere sissetulekutes mängib aga nn sotsiaalraha, olgu pensionide, toetuste või ka stipendiumidena, seda madalamale end ühiskonna redelil asetanud. Siiski on tähelepanuväärne, et ka kõrgemasse kihtidesse asetanute seas on neid, kelle põhituleks on sotsiaalkindlustusest ja stipendiumidest sõltuv (õppurid, pensionärid, lastetoetuste saajad).

Kõige enam mõjutavad sotsiaalset enesemäärangut materiaalsed võimalused oma vajaduste rahuldamiseks, mida kokkuvõtvalt peegeldab rahalise jõukuse indeks, mis moodustati vastuste alusel raha jätkumise kohta erinevate vajaduste rahuldamiseks (vt lisatabelid 15.2 ja 15.3). Joonis 15.12 näeme erineva rahalise jõukuse astmegruppide erikaalu kihtides. Kõrgkihis domineerivad need, kes praktiliselt ei tunne ainelist kitsikust, aga ka rahapuudus ei takista oma kultuurilisi ja sotsiaalseid vajadusi rahuldamast, reisimast, hobide harrastusi ja huvialasid võimaldamast.

Eesti olukorrale on iseloomulik, et juba ühiskonnakihis, nende seas, kes end n-ö keskmiseks tarbijaks nikuks peavad, kahaneb jõukate osakaal kolmandikuni ning kolmandik keskkihist tunneb rahapuudust oluliste eluvajaduste rahuldamisel.

teisisõnu: Eesti keskkihti tervikuna ei iseloomusta majanduslik turvalisus, mis peaks üldiselt võttes olema keskklassile omane.

5.2. Kihtide tarbimisaktiivsus ja kodune materiaalne keskkond

Oletasime, et kihtikuuluvuse enesehinnangu kujunemisel on olulisel kohal tarbimisega seotud aspektid – nii tarbimisvõimalused kui ka tarbijalikud harjumused. Nagu on näha kihtide korrelatsioonseostest mitmesuguste tunnustega ja regressioonanalüüsi tulemustest (vt lisatabelid 15.4–15.6), mängibki inimeste sotsiaalses enesemääranguus suurt rolli nende positsioon tarbijana.

Erinevused tarbijatena on loomulikult otseselt sõltuvad perede rahalistest võimalustest. Vastused küsimusele, milliste vajaduste rahuldamiseks perel jätkub raha, demonstreerivad ilmekalt madalamate ja kõrgemate kihtide elukvaliteedi erinevust (vt lisatabel 15.3 ja joonis 15.13). Kihistumisskaala keskpunktist ülespoole asetasid end reeglina need, kelle jaoks rahapuudus pole probleemiks ei igapäevavajaduste ega harrastuste puhul. Samas neil, kes asetasid end kihistumisredelil keskpunktist madalamale, on raha probleemiks ka esmavajaduste puhul, näiteks tervise ja välimuse eest hoolitsemisel.

Jooniselt 15.13 on näha, et kõrgkihi ja ühe erandiga ka kõrgema keskkihi vajaduste rahuldamiseks raha jätkumise ja rahapuudusel loobumiste saldo on täielikult positiivne, samas kui madalkihi saldo on negatiivne kõigis punktides peale toitumise. Madalama keskkihi prioriteediks kasinate võimaluste juures on raha kulutamine laste kooliskäimiseks, riiete ostmiseks ja oma välimuse eest hoolitsemiseks. Nii enda kui laste vaba aja sisustamiseks ja harrastusteks, oma olme moderniseerimiseks, samuti kultuurihuvide rahuldamiseks (mis, nagu allpool näeme, on selles kihis suhteliselt suured) raha pigem ei jätku. Ehkki vähem tervalt, tunnetab ka keskkiht samu muresid, saldo positiivsele poolele nihkuvad siiski laste harrastustele kulutamise võimalused.

Väga ilmekalt peegeldab kihtide materiaalse tarbimise võimalusi see, kuivõrd nad on viimase 10 aasta jooksul suutnud uuendada oma kodu sisustust, santehnikat, kujundust. Kokkuvõtvalt väljendab seda koduse keskkonna uuendamise indeks. Selle indeksi alusel koostatud jooniselt 15.14 näeme, et kolm viiendikku kõrgeimast kihist on oma elukeskkonda viimase 10 aasta jooksul märkimisväärselt uuendanud, ehk teisisõnu, elab "euroremonditud" keskkonnas, samas kui madalkihi elukeskkond pole ENSV ajast palju muutunud.

Tabel 15.13. Autoomanike osakaal ühiskonnakihtides

% kihist	
Madalkiht	30
Madalam keskkiht	43
Keskkiht	51
Kõrgem keskkiht	59
Kõrgkiht	65
Koguvalim	51

Tabel 15.14. Konsumerismi indeksi väärtused ühiskonnakihtides

Keskmised 5-pallisel skaalal; $p < 0{,}001$	
Madalkiht	1,81
Madalam keskkiht	2,49
Keskkiht	2,88
Kõrgem keskkiht	3,34
Kõrgkiht	3,88
Koguvalim	2,92

Ka auto omamine on muutunud oluliseks staatusesümboliks. Madalkihis on autoomanikke alla kolmandiku, samas kui kõrgkihis on neid kaks kolmandikku (vt tabel 15.13). Statistiliselt oluliseks ($p < 0{,}01$) osutus ka seos kihtikuuluvuse ja auto väljalaskeaastate jaotuse vahel.

Iseloomustamaks üldistatumal tasemel kihtidesse kuulujaid tarbijatena, kasutasime aktiivset tarbijalikku orientatsiooni kokku võtvate küsimuste alusel koostatud konsumerismi indeksit (indeksi koostamise põhimõtteid on tutvustatud 12. peatükis). Kõrgkihte eristav tunnus on aktiivne ja teadlik tarbijakäitumine, millele osutab konsumerismi indeksi kõrgem väärtus (tabel 15.14).

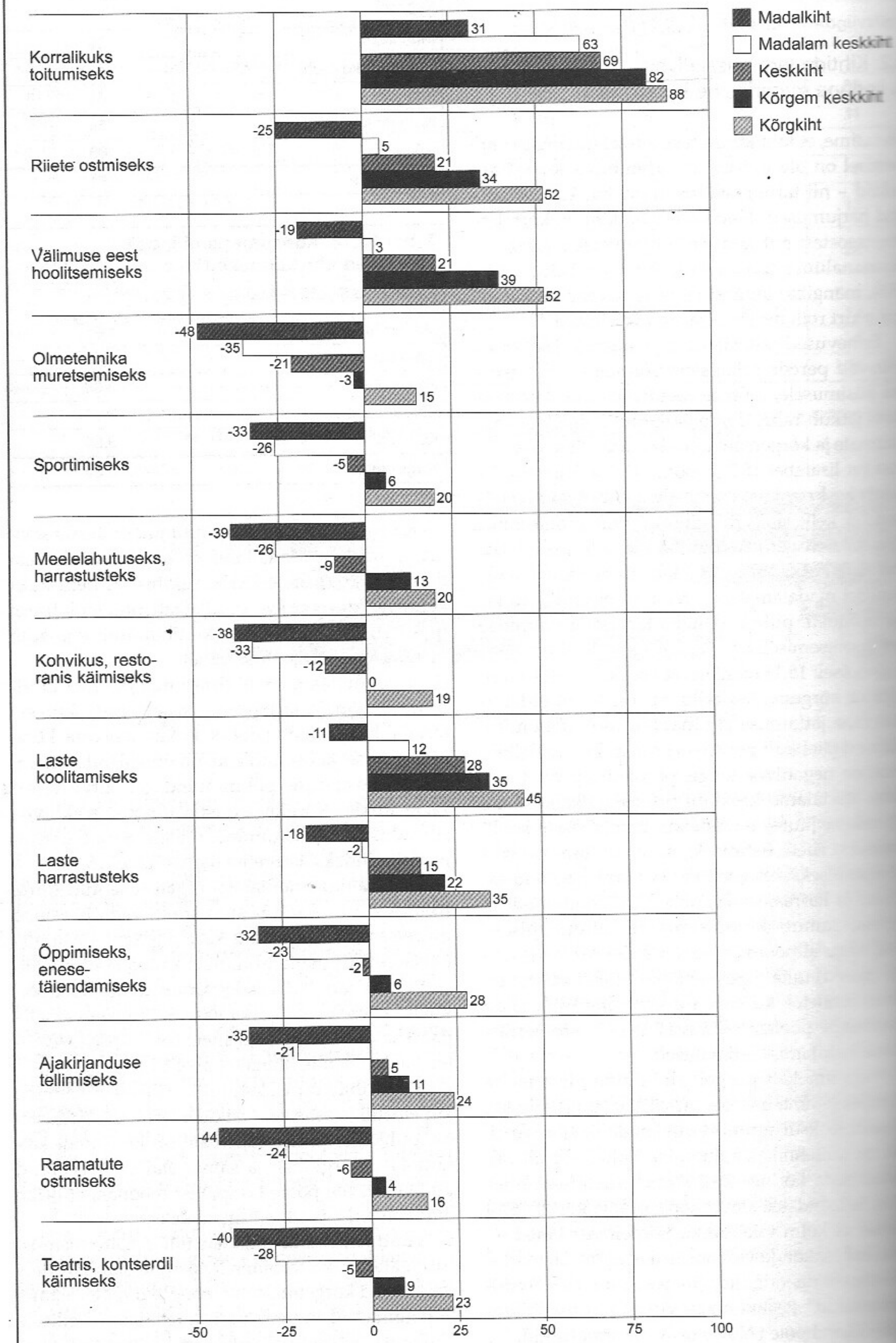
Tarbijaliku orientatsiooniga on seotud mitte üksnes suurem mitmesuguste hüvede ja asjade muretsemise soov, vaid ka tänapäeva tarbimisühiskonnale omane lähtumine kaupade sümbolilisest väärtusest. Nii näiteks pööravad kõrgema sotsiaalse enesemääranguga vastajad rohkem tähelepanu ka esmaste tarbeesemete sobivusele ja kvaliteedile kui nende hinnale (tabel 15.15).

Kõrgkihile on iseloomulik välismaal käimine kui elustiil ja selle seos isiklike tarbimisvajadustega: puhkusereisidel välismaal on korduvalt käinud 41% kõrgkihist ja samal ajal vaid veerand keskkihist; üle poole kõrgkihist möönab, et ostab oma rõivaid jms ka välismaal käies.

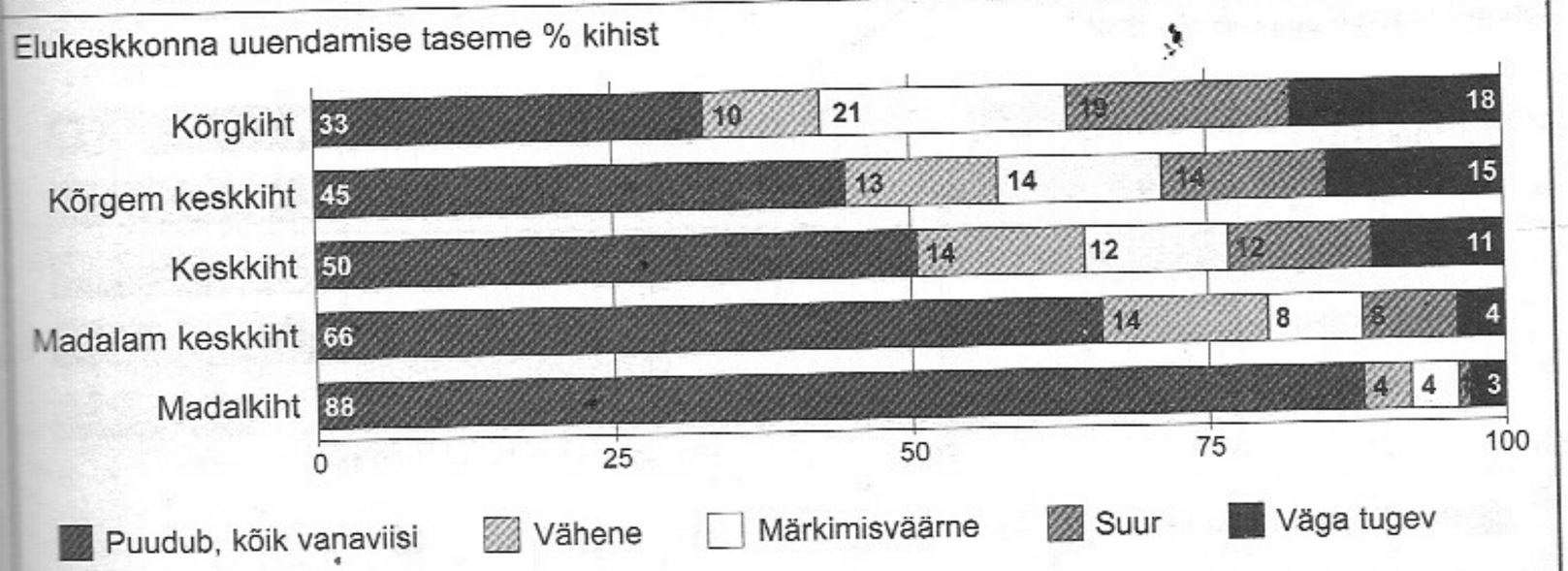
Püüd lähendada oma elustiili ja käitumismustrit Lääne jõuka tarbimisühiskonna standarditele eristab end kõrgeimale ühiskondliku redeli astmele paigutanud inimesi vast kõige enam. Sellisele elustiilile on tunnuslikuks sümbolilise tarbimise

Joonis 15.13. Raha jätkumine erinevateks vajadusteks ühiskonnakihtides

Erinevate vajaduste rahuldamiseks raha jätkumise ja rahapuudusel loobumise saldo (%)



Joonis 15.14. Ühiskonnakihtide koosseis elukeskkonna uuendamise alusel



Tabel 15.15. Tarbijakäitumine ühiskonnakihtides

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Eelistab kindlaid brände	5	9	15	17	24	14
Ostab rõivaid välismaal käies	6	15	21	30	36	22
Ostab rõivaid postikataloogiga	15	32	35	38	41	34
Rõivaste sobivus on olulisem kui hind	13	17	26	34	46	27
Korteri viimistlus, kujundus uuendatud ...						
... vähem kui 5 aastat tagasi	4	15	25	29	40	24
... 5–10 aastat tagasi	4	8	14	15	20	13
Kodu sisustus, mööbel uuendatud ...						
... vähem kui 5 aastat tagasi	4	8	18	22	28	17
... 5–10 aastat tagasi	4	10	15	17	23	14
Jälgib kodu kujundamisel kindlat stiili	3	4	9	16	21	11
Jälgib disaineri, kujundusajakirjade nõuandeid	1	1	8	11	21	8
Eelistab kindla firma kosmeetikat	4	13	16	18	26	16
Tarbijaliku orientatsiooni tugevus (konsumerismi indeksi alusel)						
Puudub	51	27	19	11	8	21
Nõrk	40	48	45	40	26	41
Märkimisväärne, tugev	10	25	36	50	66	38

tähtsuse tõus, võrreldes esmaste vajaduste rahuldamisega, automarkide, rõiva- ja kosmeetikabrändide eristamine kui tarbimisühiskonna normide ehtka omaksvõtu väline näitaja.

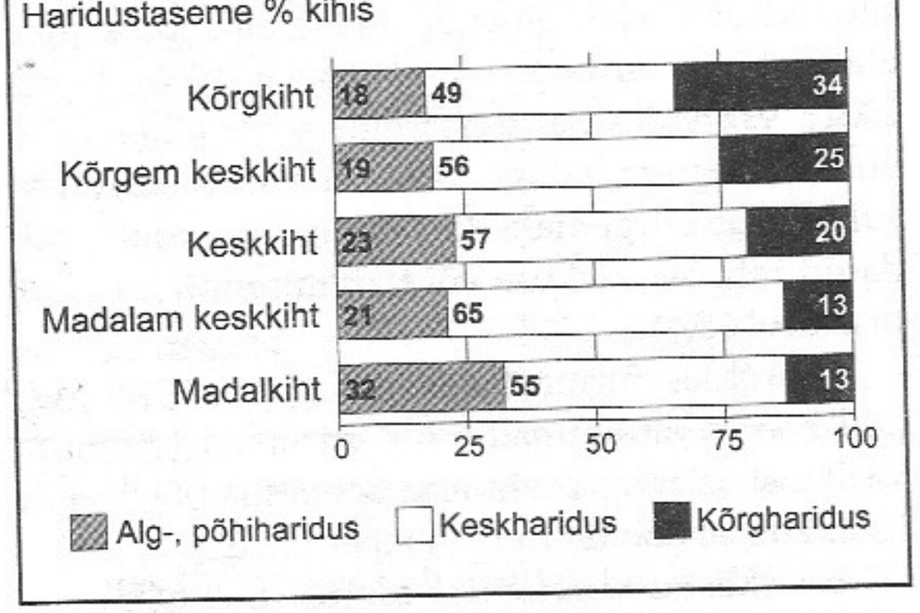
6. Kultuuriline kapital ühiskonnakihtides

Kultuurilise kapitalina vaatleme haridust, keelteoskust, osalust kultuurisfääris ja maitse-eelistusi.

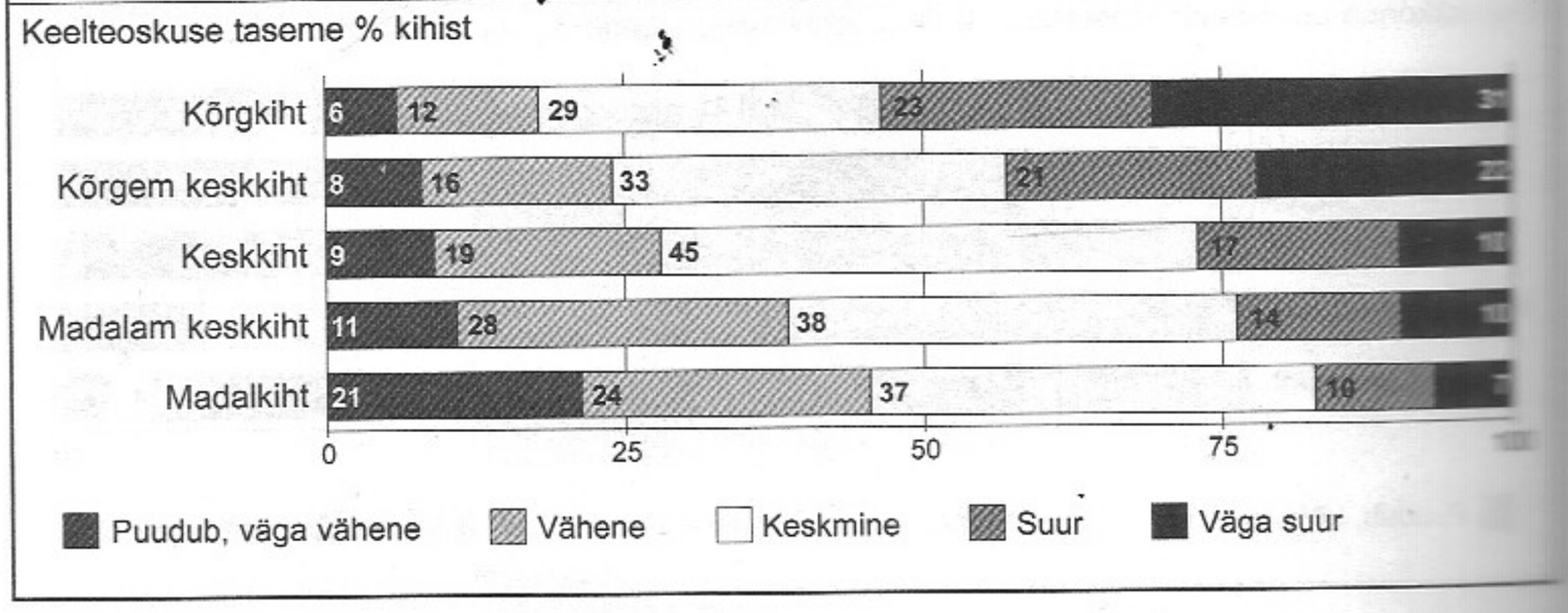
Kihistumiskäsitlustes on üldlevinud hariduse tähtsuse rõhutamine. Nii näiteks kirjutab Eve-Margit Tiit kihistumise põhjusi analüüsides:

> Kuigi olulise tähtsusega on siin nii sotsiaalne kui majanduslik seisund, võib Eestis üheks võtmenäitajaks pidada *haridust* kui võimekuse

Joonis 15.15. Ühiskonnakihtide hariduslik koosseis



Joonis 15.16. Ühiskonnakihtide koosseis keelteoskuse alusel



Tabel 15.16. Võõrkeelte kasutamise ulatus ühiskonnakihtides

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Puudub	21	13	13	9	5	12
Vähene	33	25	22	17	16	22
Keskmine	34	38	41	36	36	38
Suur	4	16	15	24	21	17
Väga suur	8	8	10	14	22	12

ja edukuse mõõdetavat näitajat, mis ühtlasi loob eelduse läbilöömiseks tööturul ja siit tulenevalt normaalse sissetuleku tagamiseks (Tiit 2002: 101).

Kas haridus on ka meie uuringus edukuse näitaja? Kihtide hariduslikku koosseisu võrreldes selgus, et igas kihis on nii madalama kui kõrgema haridustasemega inimesi (joonis 15.15). Ei saa öelda, et ainult kõrgharidus tagab kõrge sotsiaalse enesehinnangu, kuigi tendentsina on kõrgeim enesemäärang omane pigem kõrgharidusega inimestele, samas kui keskharidusega inimeste osakaal on kõige suurem madalamas keskkihis.

Kõrghariduse märgatav mõju nii töövõimalustele kui staatusele pole välja kujunenud praeguses situatsioonis, vaid omandas selge tähenduse juba alates 1970. aastatest (Helemäe jt 2000; Titma 2001). Võrreldes haridustaseme seost kihtikuuluvushinnanguga, võime väita, et see osutus siiski suhteliselt nõrgemaks kui näiteks eelpoolkirjaldatud rahalise jõukuse või tarbimisedukuse mõju (lisatabel 15.4).

Võrreldes formaalse haridustaseme mõjuga olid hoopis olulisemad kihte eristavad tunnused keelteoskus ning praktiline kogemus võõrkeelte kasutamisel (joonis 15.16 ja tabel 15.16).

Võõrkeelte kasutamise ulatust mõõtsime ankeedis terve rea küsimustega, mis kajastasid võõrkeelte kasutamist erin suhtlussituatsioonides. Nende vastuste alusel koostatud indeksi põhjal saame väita, et tänapäeva Eestis suurendab suhtlemine võõrkeeles märgatavalt inimeste sotsiaalset enesehinnangut (tabel 15.16).

Haridus ja keelteoskus määravad suuresti ka eri kihtide võimalusi kultuuris osalemiseks. Samas on kultuuri kommertsialiseerumine suurendanud rahaliste võimaluste diferentseerivat toimet kultuurist osasaamisel. Erinevate kihtide aktiivsus kultuuritarbijatena on seetõttu ootuspäraselt mitmelaltki erinev. Materiaalseid võimalusi kultuurist osalemiseks (mitmesuguse kultuurivara omamine, raha jätkumist kultuuri tarbimiseks) väljendab kokkuvõtlikult kultuuriressursside indeks, millest jaotumist kihiti näeme tabelist 15.17. Samas tuleb öelda, et toodud andmed näitavad ilmekalt ka seda, et ressursside erinevus on kihistumishinnangute kujunemisel olulisem kui tegelik osalemine kultuuris on kihiti üsna sarnane.

Ka madalamates kihtides on veerand kuuldavasti mandik "kultuuriirikkaid", kusjuures kultuurilise kapitali indeksi alusel paistab silma madalama keskkihi suhteliselt kõrge kapitaliseeritus. Üldpäraselt on kõrgeima kihimääranguga vastanud kultuuriaktiivsuse poolest teistest ees. Tähelepanuväärne on aga madalama keskkihi ja keskkihi võrdlus nelja kultuurisuhte indeksi põhjal: madalamasse keskkihti asetunute kultuurihuvi tõusev tase, lapsepõlvekodu kultuurilembus ning tõusev huvi mitmekesisus ületavad keskkihi oma sama

Tabel 15.17. Kultuuriline kapital ja selle erinevad komponentindeksid ühiskonnakihtides

% kihist

	Madal-kiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim
Kultuuriline kapital (suur + väga suur)	25	33	28	36	**41**	32
Kultuuriressursi indeks (suur + väga suur)	26	41	43	**56**	**56**	47
Kultuurivara lapsepõlvekodus (suur + väga suur)	21	33	30	**41**	**47**	34
Varasem kultuuriharrastuste mitmekesisus (suur + väga suur)	21	30	28	34	**38**	30
Kultuuripublikus osalemine (suur + väga suur)	23	32	**42**	40	**42**	37
Raamatuhuvi (suur + väga suur)	27	35	36	39	**45**	36
Filmihuvi mitmekesisus (suur + väga suur)	33	35	34	35	**40**	36

Paksu **kirjaga** on esile tõstetud indeksite suurimad väärtused.

Tabel 15.18. Kultuuritarbimise aktiivsus ühiskonnakihtides

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Kui sageli Te käite teatris?						
Sageli, vahetevahel	22	27	33	39	49	34
Üldse mitte	45	25	19	15	11	21
Kui sageli Te käite näitustel?						
Sageli, vahetevahel	22	24	33	30	39	30
Üldse mitte	52	32	27	21	15	28
Kui sageli Te käite raamatukogus?						
Sageli, vahetevahel	48	50	48	51	53	48
Üldse mitte	34	24	23	24	20	24
Kui sageli Te käite kontserdil?						
Sageli, vahetevahel	35	42	49	54	61	49
Üldse mitte	35	19	15	12	7	16
Kui sageli Te tegelete ilukirjanduse lugemisega?						
Sageli, vahetevahel	67	70	67	65	63	67
Üldse mitte	12	11	12	15	14	13
Kui sageli Te tegelete töö- ja huvialase kirjanduse lugemisega?						
Sageli, vahetevahel	63	65	66	68	78	67
Üldse mitte	23	17	17	13	8	15

paistab keskkiht silma suurema kultuuriressursi poolest. Sellest järeldub madalamat keskkihti iseloomustav kultuurilise ja majandusliku kapitali omavaheline mittevastavus. Võime oletada, et keskmisest madalamale ühiskondliku redeli astmele on end sagedasti määranud need haritud ja aktiivse kultuurisuhtega inimesed, kelle kultuuriline kapital ei ole osutunud piisavalt "konverteerimiseks" uutes ühiskondlikes oludes ja kellel napib vahendeid soovikohaseks aktiivsuseks.

Vaatamata ressursside erinevusele ei ole kihtide erinevused kultuuritarbimises nii suured kui eelpool kirjeldatud erinevused materiaalses tarbimises (vt tabel 15.18).

Tabel 15.19. Kultuurilise kapitali indeksi väärtused ühiskonnakihtides

Keskmised 5-pallisel skaalal; $p < 0{,}001$

Madalkiht	2,63
Madalam keskkiht	2,96
Keskkiht	2,88
Kõrgem keskkiht	3,05
Kõrgkiht	3,28
Koguvalim	2,96

Kultuurilise kapitali üldindeksi alusel eristuvad märgatavamalt vaid kõige kõrgem ja kõige madalam kiht, keskkihid on selle tunnuse alusel suhteliselt sarnased. Seejuures on ühiskondliku

redeli keskpaigas kultuuriline kapital isegi väiksem kui madalamas keskkihis (tabel 15.19).

Kokkuvõtvalt võime tõdeda, et kihtikuuluvushinnangu kujunemisel on osalemine kultuuriväljal suhteliselt väikese eristava jõuga. Ehkki kihtide kultuurilistes praktikates ja maitse-eelistustes on mõningaid erinevusi, erinevad kultuurilise kapitali alusel märgatavalt ainult skaala äärmistel astmetel (kõrgkihis ja madalkihis) asetsevad vastajad. Samas on keskkihid (4., 5. ja 6. aste enesemäärangu redelil) kultuuriväljal suhteliselt sarnased, ehkki majandusväljal erines madalama keskkihi (4. aste) ja kõrgema keskkihi (6. aste) asend selgesti. Võime väita, et kultuuriväljal mängib juurdepääs ressurssidele keskkihtide eristumisel suuremat rolli kui vaimsed tegurid, mistõttu madalamasse keskkihti asetunud inimeste puhul võime rääkida turumajanduse tingimustes tekkinud kultuuriliste tarvete rahuldamatusest.

7. Kihtide meediakasutuse erisused

Kuna nii ligipääs kultuurivälja ressurssidele kui osalemine ühiskonna elus on kaasajal tugevasti seotud meediatarbimisega, vaatleme kihtide erinevusi ka meediakasutuse seisukohalt. Siin on eristatavad kaks dimensiooni: kättesaadavus (mis on eriti oluline näiteks ajalehtede ja ajakirjade, samuti Interneti puhul) ning sisuline huvi ja kvaliteedi eristamisvõime.

Kõigepealt torkab silma kihtide erinevus varustatuse poolest kodus kasutatavate kommunikatsioonivahenditega, mis on auto kõrval muutunud üheks olulisematest staatusega seotud näitajatest (joonis 15.17).

Üldiselt on kõrgematele kihtidele omane suurem infotarbimine ning ka suurem infoallikate mitmekülgsus (tabel 15.20). Samuti on end kõrgemasse kihti paigutanutel ootuspäraselt kõrgem informeerituse enesehinnang (tabel 15.21). Siiski on informeerituse enesehinnangu erinevused väiksemad, kui võiks oletada tegeliku meediatarbimise erineva iseloomu põhjal. On aga märkimisväärne, et madalama keskkihi informeerituse enesehinnang ületab keskkihi oma. Niisugust tendentsi täheldasime eespool ka kultuurilise kapitali jaotuse puhul.

Traditsioonilise meedia kasutamise iseloomu osas saame rääkida nii erinevustest kui sarnasustest kihtide vahel. Võrreldes erinevate kanalite olulisust kihtide infoväljas, on pilt üsnagi sarnane välja arvatud erialaste infokanalite ning Interneti suurem roll kõrgkihi jaoks ja raadio suurem tähtsus madalamas kihis (tabel 15.22).

Samas on kõrgema keskkihi ja kõrgkihi jaoks tunnuslik ajalehtede ja ajakirjade tegeliku lugemise suurem aktiivsus (joonis 15.18).

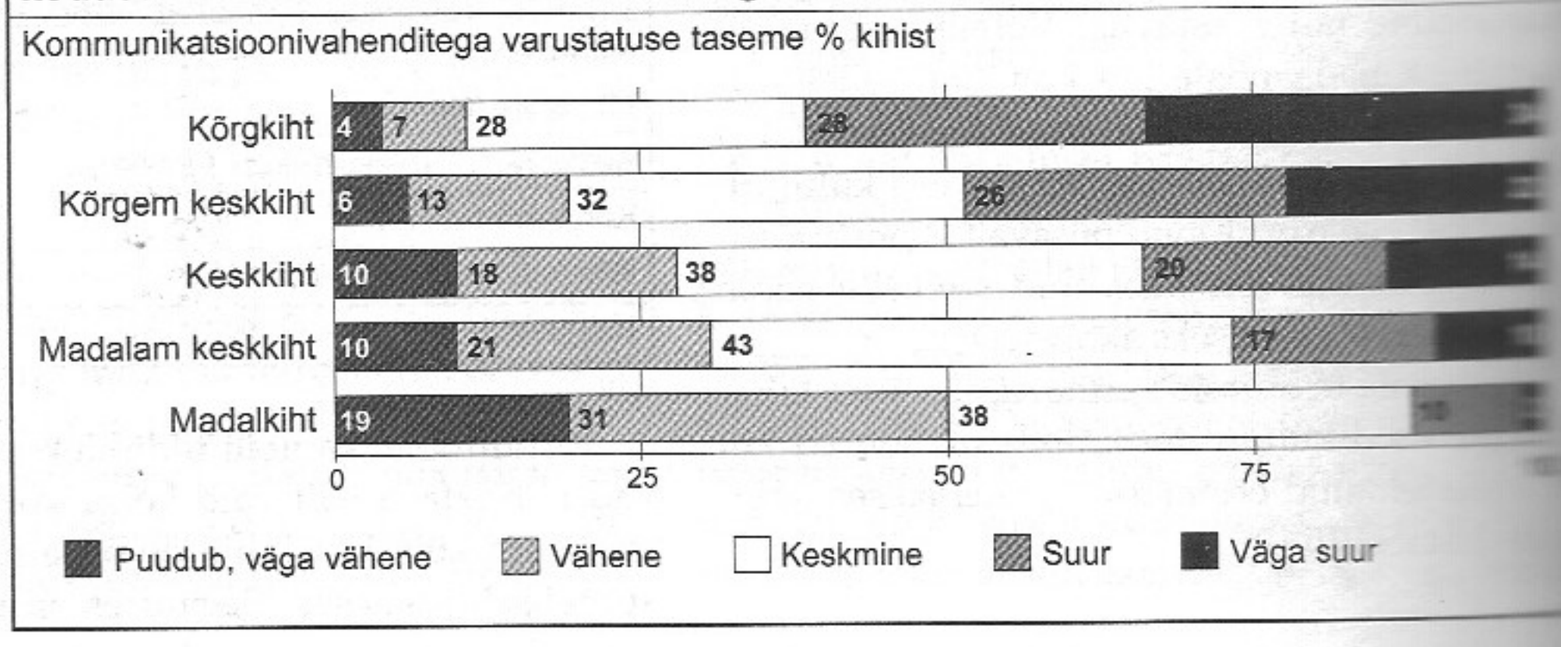
Trükikanalite suured kasutuserinevused tulenevad eeskätt nende hinnast: väiksema sissetulekuga madalamates kihtides on rohkem neid, kes on rahapuudusel pidanud trükisõna jälgimisest loobuma (tabel 15.23).

Vaadeldes konkreetsete väljaannete lugejaskonda (tabel 15.24), näeme, et kõrgkihti kuulumisega kaasneb suurem aktiivsus kõigi päevalehtede lugemisel, samas kui nädalalehtedel on täiesti erinev profiil: kui *Eesti Ekspressi* loevad pidevalt rohkem kõrgematele ühiskonnaredeli astmetele paigutujad, on *Maaleht* ja ka kohalikud lehed võrdselt loetavad kõigis kihtides.

Vastandina trükisõnale, on TV ja raadio need meediakanalid, mis kujundavad kõige enam sotsiaalsest kihistumisest sõltumatut ühtset meediaruumi, millesse kõik kihid on võrdselt kaasatud. Raadio, eriti aga televisiooni jälgimise aktiivsus ning ka nende kanalite olulisus on kihiti võrdlemisi sarnased (joonis 15.19).

Kõige enam eristab kihte uue meedia tarbimine, seda nii kvantitatiivses kui kvalitatiivses mõõtes. Arvutikasutuse oskused ning Interneti kasutamise aktiivsus mitmesugusteks vajadusteks

Joonis 15.17. Ühiskonnakihtide koosseis koduste kommunikatsioonivahenditega varustatuse alusel



Tabel 15.20. Infoallikate mitmekülgsus ühiskonnakihtides

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Vähene	45	40	35	32	27	36
Keskmine	27	28	28	29	27	28
Suur + väga suur	28	31	36	38	46	36

Tabel 15.21. Üldise informeerituse enesehinnang ühiskonnakihtides

% kihist

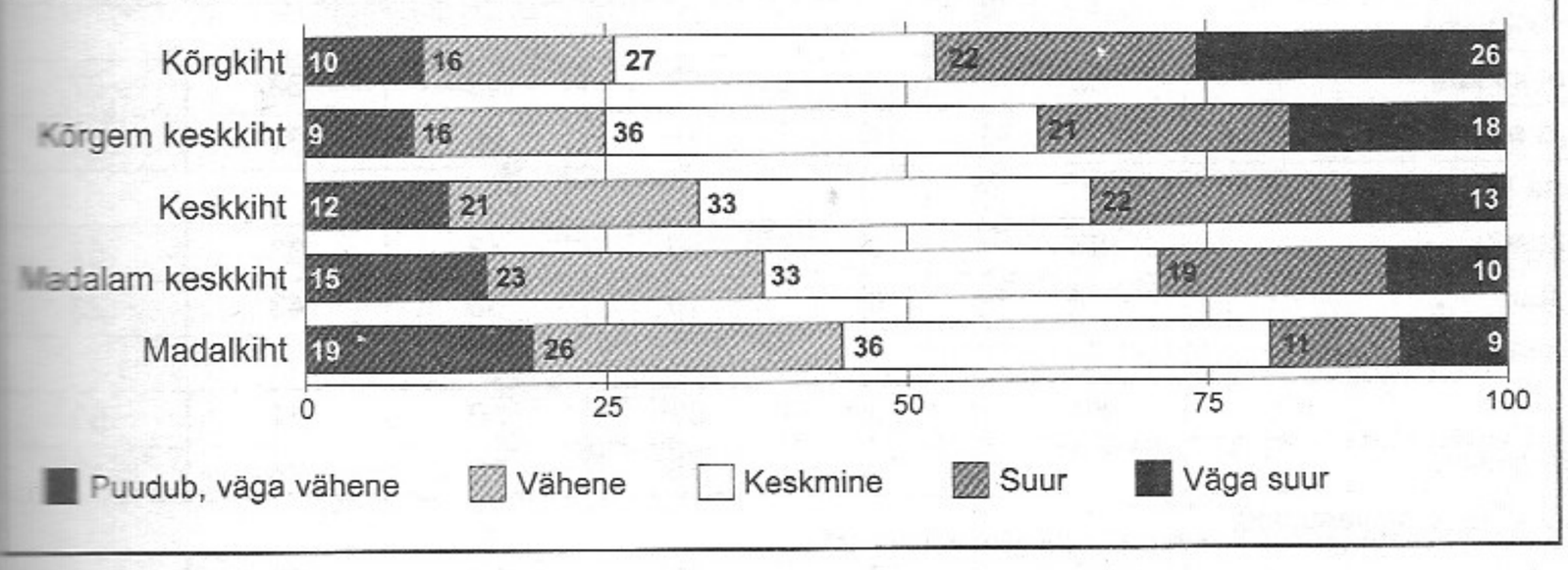
	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Väike + väga väike	35	25	28	18	21	25
Keskmine	27	32	35	34	29	32
Suur + väga suur	37	43	37	48	50	43

Tabel 15.22. Erinevate meediakanalite tähtsus infoallikana ühiskonnakihtides

% kihist

	Madal-kiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim
Ajalehed (väga suure tähtsusega)	42	51	46	50	46	47
Raadio infoallikana (väga suure tähtsusega)	35	34	34	31	24	32
Televisioon infoallikana (väga suure tähtsusega)	34	28	31	34	30	31
Erialased kanalid infoallikana II (väga suure tähtsusega)	7	13	19	19	23	17
Internet infoallikana (suure tähtsusega)	4	8	9	17	23	6

Joonis 15.18. Ühiskonnakihtide koosseis ajalehtede lugemise aktiivsuse alusel



Tabel 15.23. Raha jätkumine ajakirjanduse tellimiseks ühiskonnakihtides

% kihist

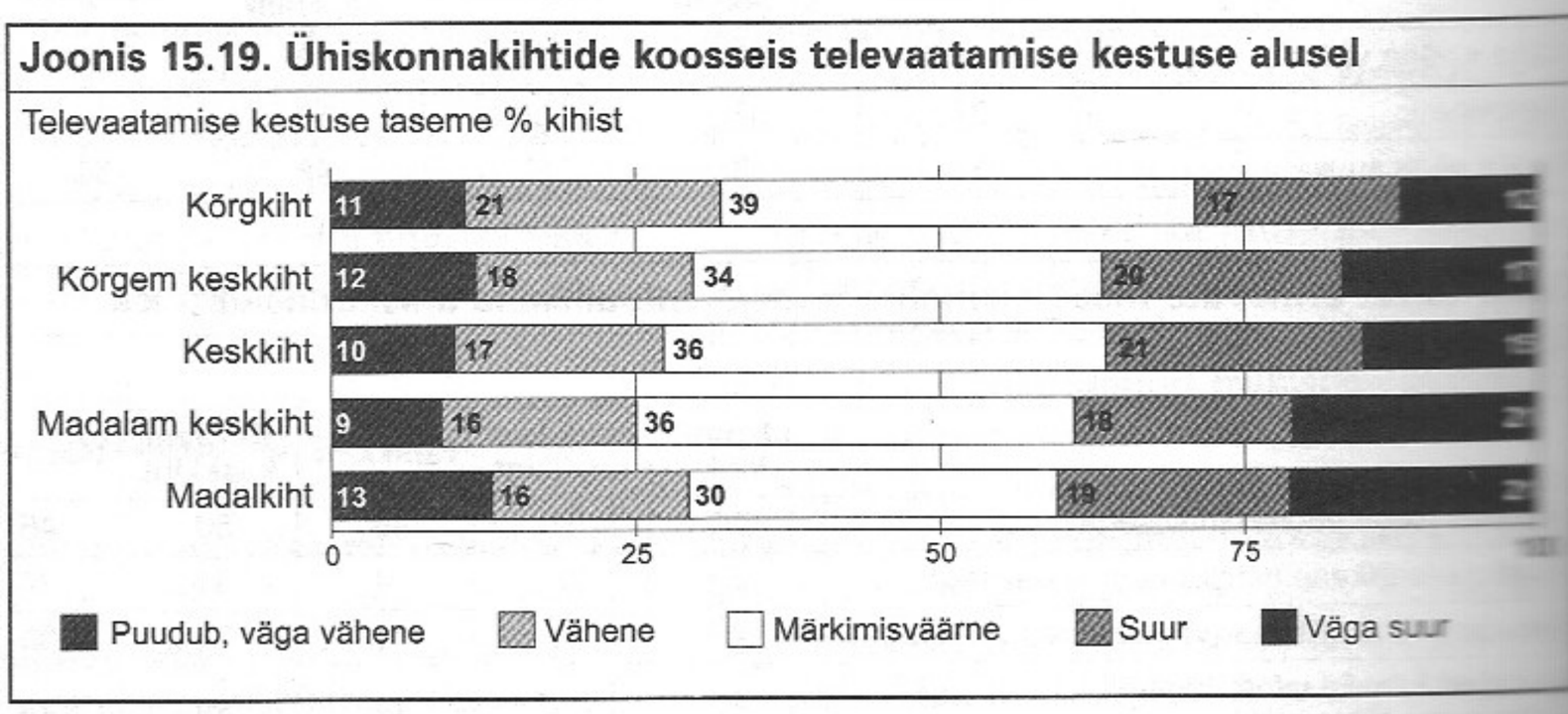
	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim
Jätkub	8	19	29	34	41	28
Mõnikord jätkub, mõnikord mitte	27	22	23	24	20	23
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	43	40	24	23	17	28
Ei vaja seda, ei kuluta sellele	20	17	21	16	19	19

Tabel 15.24. Ajalehtede pidevad lugejad ühiskonnakihtides (eestikeelsed vastajad)

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Postimees	28	36	35	42	50	38
Eesti Päevaleht	19	26	27	34	44	30
SL Õhtuleht	34	38	42	45	51	42
Äripäev	5	8	10	17	26	13
Eesti Ekspress	14	16	17	28	36	22
Maaleht	21	21	16	17	18	18
Kohalik leht	59	58	61	57	46	57

Joonis 15.19. Ühiskonnakihtide koosseis televaatamise kestuse alusel



Tabel 15.25. Arvutikasutuse pädevus ja Interneti kasutamise mitmekülgsus ühiskonnakihtides

% kihist

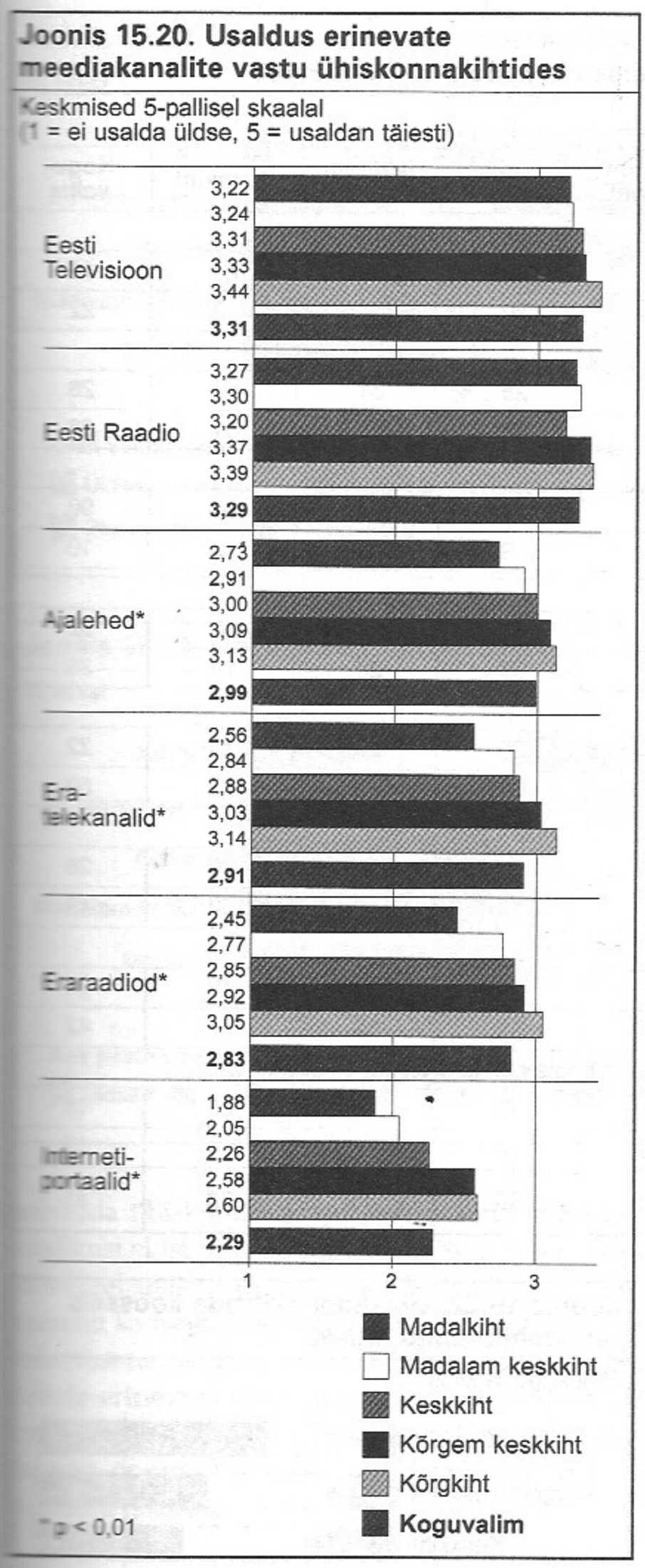
	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Arvutikasutuse oskused						
Puuduvad + ei kasuta	82	72	59	43	33	57
Suured + väga suured	4	14	18	26	39	20
Internetikasutuse kestus						
Puudub + ei kasuta	83	70	59	43	33	57
Suur + väga suur	7	16	19	30	43	23
Internet praktilisteks teenusteks						
Ei kasuta	88	73	66	50	41	61
Oluline + väga oluline	5	10	18	26	38	18
Internet avalikus sfääris osalemiseks						
Ei kasuta	87	76	68	53	39	64
Oluline + väga oluline	6	14	17	27	40	23
Internet õppimiseks, erialainfoks						
Ei kasuta	89	75	67	54	38	64
Oluline + väga oluline	4	10	15	15	27	15

kujunenud kõrgema või madalama sotsiaalse enesemääranguga lahutamatult kaasnevaks tunnuseks (tabel 15.25).

Võrreldes erinevate kanalite usaldusväärsust, näeme avalik-õigusliku ringhäälingu eelistamist kõigi kihtide poolt. Selle taustal tõuseb esile kõrgemate kihtide suhteliselt suur poolehoid eraomandis tele ja internetiportaalidele.

Seega võime meediakasutuse analüüsi põhjal väita, et kõrgkihtide parem informeeritus põhineb suuremale infoallikate valikule, eeskätt eraomandis kanalite ning Interneti laiemale kasutamisele.

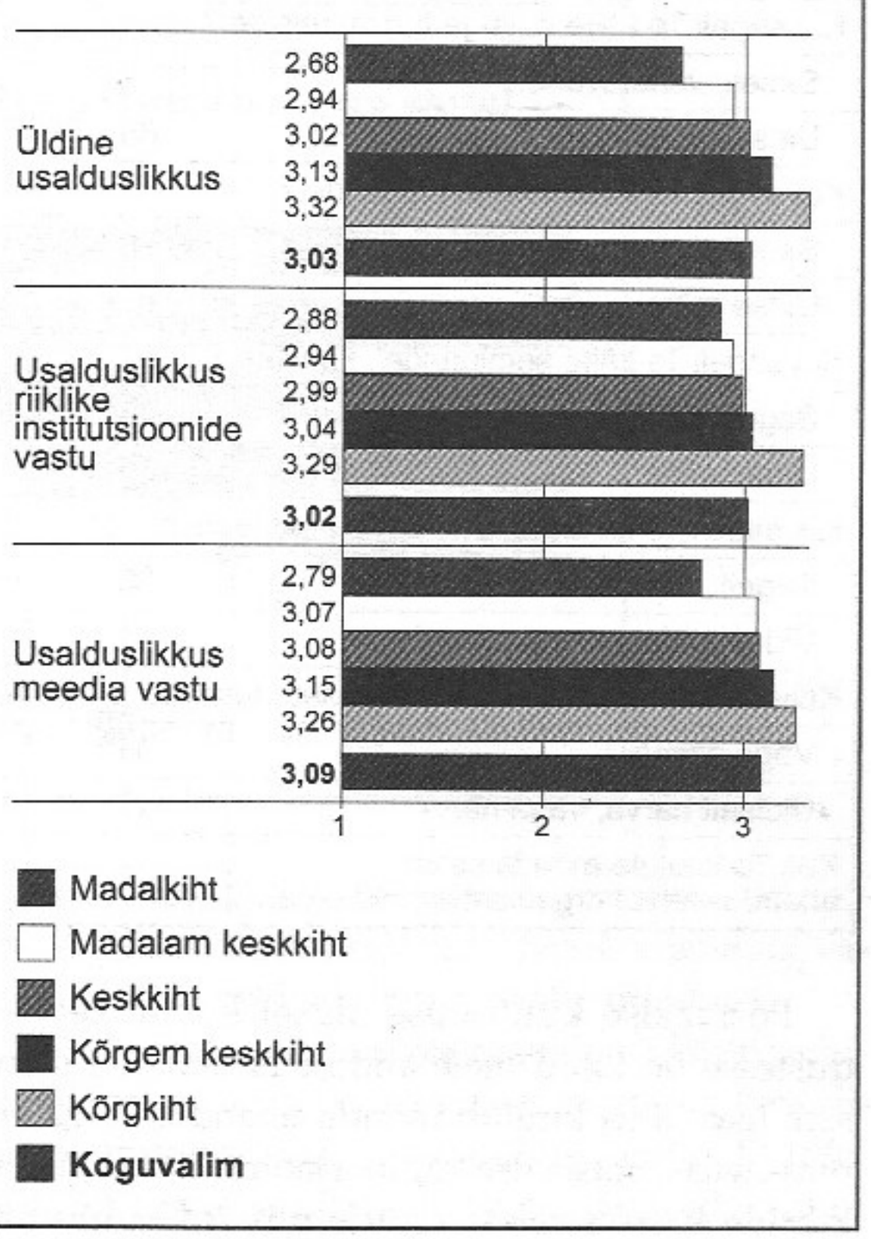
Joonis 15.20. Usaldus erinevate meediakanalite vastu ühiskonnakihtides



Tabel 15.26. Sotsiaalse kapitali koondindeksi väärtused ühiskonnakihtides

Keskmised 5-pallisel skaalal	
Madalkiht	2,31
Madalam keskkiht	2,47
Keskkiht	2,48
Kõrgem keskkiht	2,63
Kõrgkiht	2,70
Koguvalim	2,52

Joonis 15.21. Usaldusindeksite väärtused ühiskonnakihtides



8. Kihtikuuluvus ja sotsiaalne kapital

Sotsiaalse kapitalina käsitleme antud uurimuse raamides ühelt poolt usaldust ja sotsiaalset ühtekuuluvustunnet, teiselt poolt inimese aktiivsust sotsiaalses suhtluses, kodanikuühiskonna võrgustikes ja avalikus elus.

Kõiki osaluse ja kaasatusega seotud küsimusi kokkuvõtva sotsiaalse kapitali koondindeksi (vt lähemalt 13. peatükk) alusel jagunevad kihid kolmeks: keskmiselt tunduvalt väiksem on madalkihi sotsiaalne kapital; madalam keskkiht ja keskkiht ei erine teineteisest ega ka üldkeskmisest; tunduvalt enam on sotsiaalset kapitali kahes kõrgema enesemääratlusega kihis (tabel 15.26).

ajalehtede aktiivsemale lugemisele. Kuna erinevate kanalite olulisust märgivad kõik kihid peaaegu võrdselt, ei ole põhjust väita, nagu eksisteeriks Eestis ületamatu infokihistumine infovajaduste tasemel. Pigem mängib siin olulist rolli trükikanalite ning internetiteenuse hind, mis muudab need kanalid madalamate kihtide jaoks vähem kättesaadavaks.

Tabel 15.27. Ühiskonnakihtide osalemine mitteformaalses ning tööalases sotsiaalses suhtluses ja kodanikeühendustes

% kihist

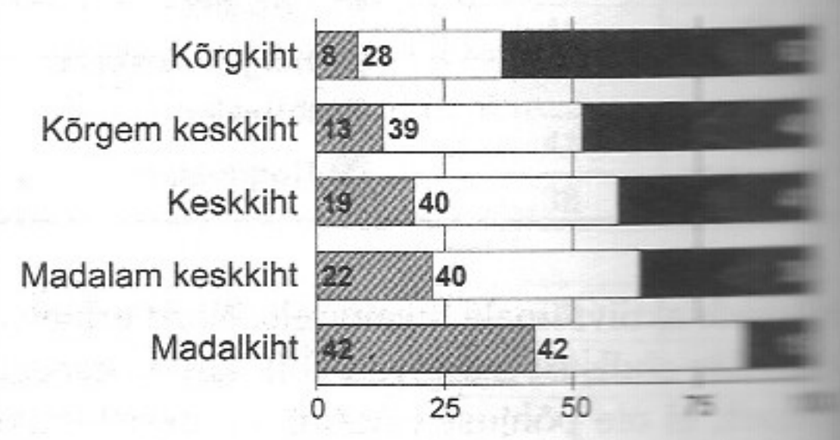
	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim
Kui sageli Te käite restoranides, kohvikutes, pubides?						
Sageli, vahetevahel	23	38	49	60	72	18
Üldse mitte	52	29	20	12	9	22
Kui sageli Te käite klubides, reividel, diskodel?						
Sageli, vahetevahel	10	19	25	31	43	26
Üldse mitte	73	64	53	47	31	53
Kui sageli Te käite külas sõpradel-sugulastel?						
Sageli, vahetevahel	81	90	91	92	94	90
Üldse mitte, väga harva	18	9	9	8	6	10
Kui sageli Te käite huvi- ja turismireisidel?						
Sageli, vahetevahel	11	20	32	38	49	32
Üldse mitte	65	43	33	24	19	35
Kui sageli Te käite töö- ja ärireisidel?						
Sageli, vahetevahel	9	14	20	27	35	22
Üldse mitte	81	69	60	50	42	59
Kui sageli Te käite seminaridel, koolitustel?						
Sageli, vahetevahel	18	24	29	32	39	28
Üldse mitte	70	54	49	40	30	48
Kui sageli Te käite koosolekutel, aruteludel?						
Sageli, vahetevahel	20	23	31	33	46	31
Üldse mitte	61	48	41	38	27	42
Kuivõrd sageli pöörduvad kaaslased, tuttavad, pere liikmed Teie poole nõu ja arvamuse küsimiseks?						
Väga sageli	11	12	12	18	25	15
Üldiselt harva, väga harva	17	10	10	7	4	10
Kas Te kuulute mõnda seltsi, ühendusse või organisatsiooni? – Jah	27	30	30	35	33	31

Formaalse kuuluvuse alusel kodanikeühendustesse on kihid meie andmetel küllaltki sarnased: igas kihis kuulub mõnda ühendusse iga kolmas-neljas. Sotsiaalse kapitali jaotumist kõrgemate kihtide kasuks seletab mitte niivõrd kuulumine organisatsionidesse kuivõrd üldiselt suurem suhtlemisaktiivsus nii töösfääris kui vabal ajal ning aktiivsem mitteformaalne liidripositsioon. Kõrgematesse kihtidesse kuuluvad inimesed on sageli haaratud aruteludesse ja koosolekutesse, neile kuulub sageli arvamusliidri roll oma lähimas sotsiaalses ümbruses (tabel 15.27).

Sotsiaalse kapitali hulka lugesime mitte üksnes osaluse sotsiaalsetes võrgustikes ja kontaktides ning avalikus elus, vaid ka suhtumise, eeskätt usalduse teiste inimeste ja mitmesuguste institutsioonide vastu. Usalduslikkus riiklike institutsioonide ja meedia vastu ning üldine usalduslikkuse indeks on tugevasti seotud kihtikuuluvusega. Enese parem positsioneerimine ühiskondlikes suhetes on seotud positiivse häälestusega ühiskonna institutsioonide suhtes (joonis 15.21).

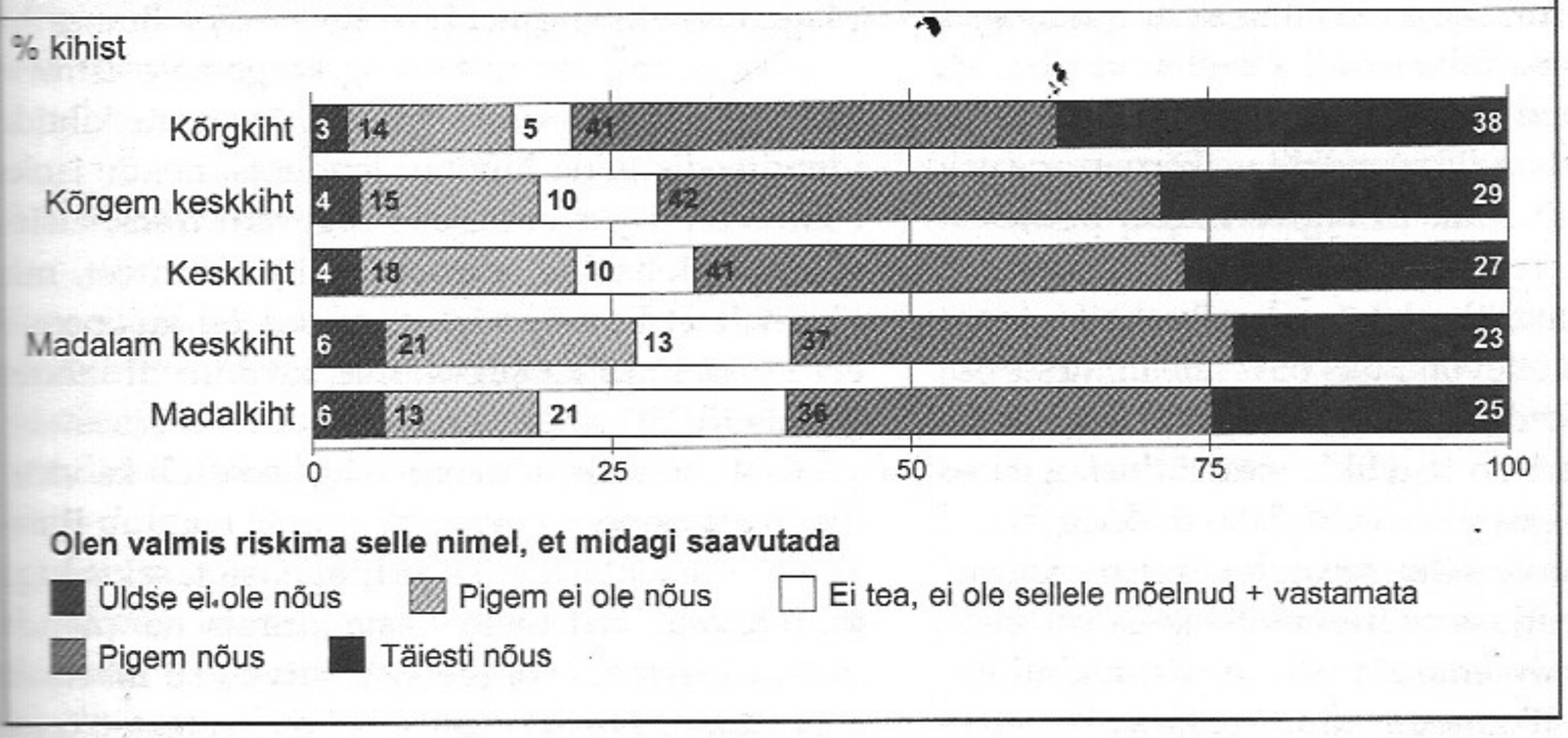
Joonis 15.22. Ühiskonnakihtide koosseis tervisehinnangu alusel

Hinnangu % kihis

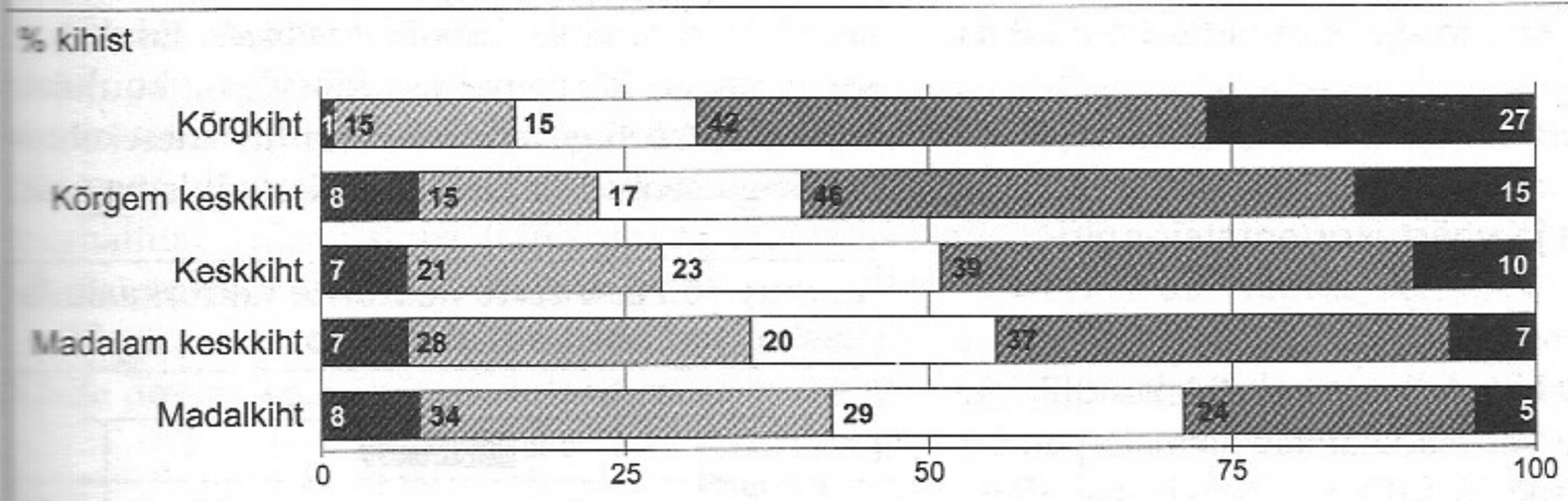


Näeme, et see, milliseks inimesed pe... asendit ühiskondlikul astmestikul, on s... ainult nende varalise olukorraga, vaid ka ... kohaneda uue institutsionaalse elu...

Joonis 15.23. Ühiskonnakihtide koosseis riskivalmiduse alusel



Joonis 15.24. Ühiskonnakihtide koosseis ettevõtlikkuses veendumuse alusel



sobituda ühiskondlike normidega ning võtta osa avalikust elust ning suhtlusest lähiümbruses. Ehkki suurel määral on need sotsiaalse kapitali elemendid ka ise kujunenud ühiskondlike praktikate tulemusena, võib oletada, et teatud rolli mängib nende erinevuste kujunemisel ka individuaalne ressurss: tervis, psühholoogiline valmisolek muutusteks, õppimisvõime, üldine optimistlik või pessimistlik häälestus.

9. Individuaalsete ressursside, identiteedi, väärtuste ja elulaadi seosed sotsiaalse enesemääranguga

9.1. Individuaalsed ressursid kihtides

Analüüsides konkurentsile suunatud turumajandusliku ühiskonnaga kohanemist ning selles positsioneerumist, on ühiskonna tasandil toimivate struktuursete tegurite kõrval oluline arvestada ka inimeste erinevaid individuaalseid võimeid ning psühholoogilisi ja füsioloogilisi ressursse (vt Tiit 2002).

Individuaalse toimetulekuressursina (võrreldav inglisekeelse mõistega *fitness*) vaatleme vanust, tervist, riskivalmidust ja ettevõtlikkust.

Vanemate ja keskealiste madalama kihtikuuluvushinnangu taga on sagedasti tunne, et tervislikel põhjustel ei tulda enam eluga toime. Murdejoon on siin keskkihi ja kõrgema keskkihi vahel. Kõrgkihti tunnevad end valdavalt kuuluvat need, kellele tervisehädad on võõramad (joonis 15.22).

Parem valmisolek muutustega kohanemiseks avaldub nii üldises riskivalmiduses kui ka suuremas ettevõtlikkuses. Siirdeajal muutunud sotsiaalset keskkonda on otseselt võrreldud Ulrich Becki riskiühiskonna kontseptsiooniga (Helemäe jt 2000). Kui Beck (1992) näeb riske eeskätt kõrgtehnoloogilise maailmamajanduse ja ökoloogiliste ohtude seotuses, on siirdeühiskonna riskid seotud pigem sotsiaalse keskkonna ebastabiilsuse ja nn siirdetrauma taluvusega.

Jooniselt 15.23 on näha, et end sotsiaalse redeli kõige kõrgemal positsioonil kujutlevate vastajate seas on hüppeliselt rohkem (neli viiendikku) neid, kes peavad end millegi saavutamise nimel riskivalmiks, samas kui oma positsiooni keskmisest

madalamaks hinnanute hulgas on riskijulgeid veidi üle poole. Turumajanduslikus keskkonnas seostatakse riskivalmidust tihti ka ettevõtlikkusega. Meiegi andmed kinnitavad, et need, kelle enesemäärang ühiskondlikul redelil on kõrgem, peavad end tunduvalt rohkem ettevõtlikuks inimeseks (joonis 15.24).

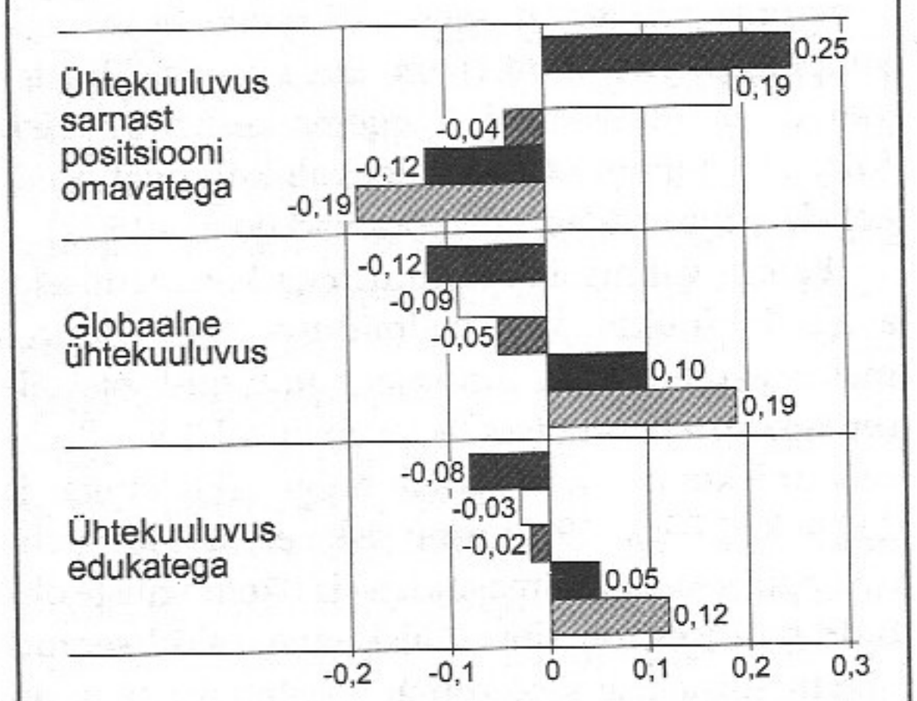
Nagu näeme, ületab kõrgemas keskkihis ja eriti kõrgkihis end ettevõtlikuks pidavate inimeste osakaal mitmekordselt nende inimeste oma, kellel meie andmetel on tegelikke ettevõtluskogemusi (vt käesoleva peatüki osa 5). Ettevõtlikkus kui üldisem isiksuse omadus seostub kõrgema sotsiaalse enesemääratluse representatsioonis sotsiaalse optimismi, suhtlemisaktiivsuse, riskivalmiduse ning saavutuslikkusega, mida kokku võiksime pidada sotsiaalse edukusega seotud spetsiifiliseks psühholoogiliste omaduste kompleksiks ehk nimetada Bourdieu mõistet kasutades ka edukuse *habitus*eks.

9.2. Identiteet ja väärtusorientatsioonid kihtides

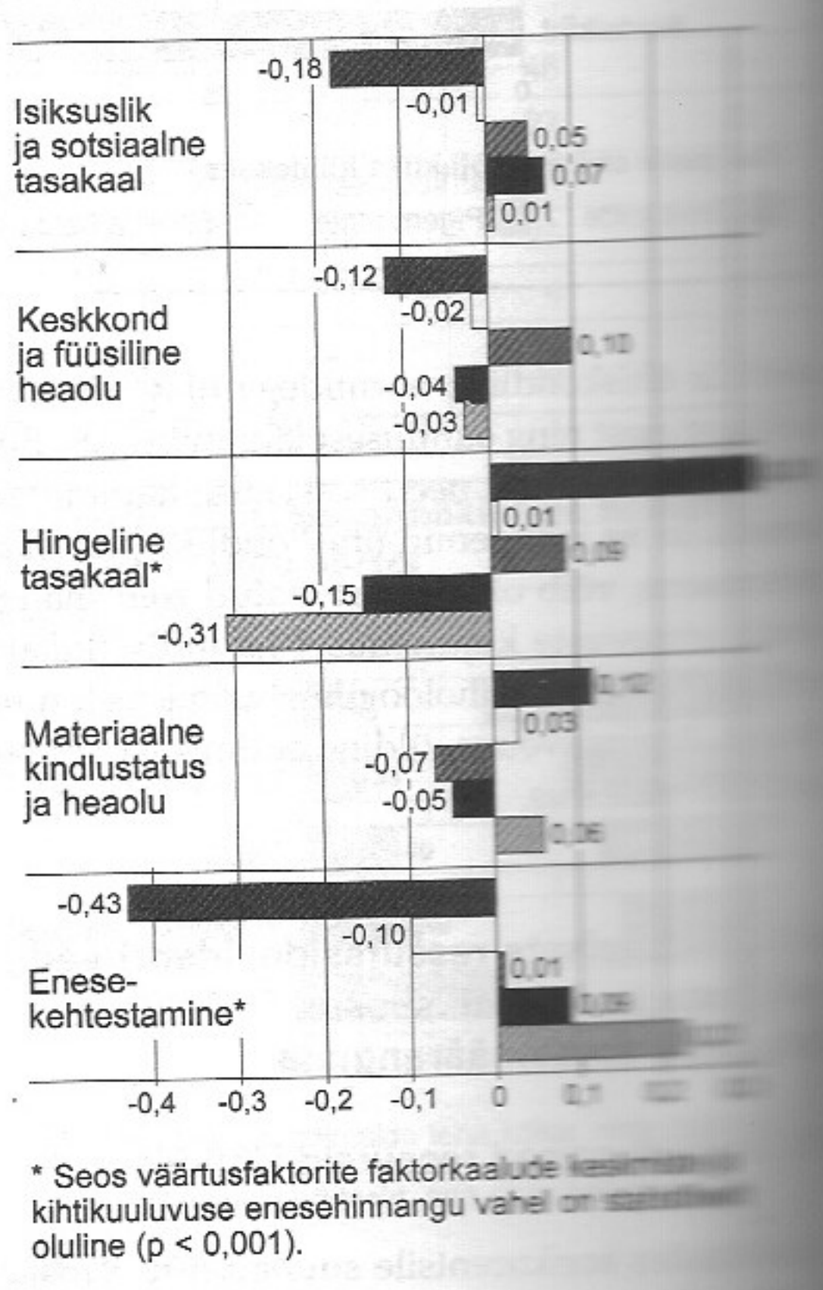
Täpsustamaks, kuivõrd on end ühiskondliku redeli kõrgemale või madalamale astmele paigutamine seotud isiku teadlikuma sotsiaalse identiteediga, võrdleme erinevate kihtide vastuseid küsimustele, milliste gruppidega nad tunnevad kõige suuremat ühtekuuluvust (vt lähemalt 3. ptk). Selgub, et madalama kihimääratlusega inimesed samastuvad väga tugevalt sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate, n-ö tavainimestega. Märgatav, ehkki mitte eriti tugev seos ilmnes ka edukatega samastumise ning kõrgemale astmele asetumise vahel. Samas ilmnes kõrgemate kihtide identiteedis teine huvitav tendents: nende jaoks osutus oluliseks eristajaks tugevam transnatsionaalne (globaalne, eurooplaslik) identiteet, mis kinnitab, et Euroopa integratsioon on kujunemas eliidiprojektiks ka sügavamas identiteedi mõttes (joonis 15.25).

Kihtide erineva identiteediga seostub ka väärtusorientatsioonide erinevus, mis avaldub ilmekalt enesekehtestamise ja hingelise tasakaaluga seonduvate väärtuste vastandumisena (nende väärtusorientatsioonide sisu tutvustab lähemalt 2. peatükk). Sarnast positsiooni omavate, n-ö tavainimestega enam samastuvad madalamate kihtide esindajad on ühtlasi tugevamini orienteeritud *lähedastusele, võrdsusele, kaunile maailmale*. Edukatega samastuvaid kõrgematesse kihtidesse kuuluvaid iseloomustab tugevam orienteeritus enesekehtestamisega seotud väärtustele. Keskkihis on

Joonis 15.25. Identiteedi faktorite faktorkaalude keskmised ühiskonnakihtides



Joonis 15.26. Väärtusfaktorite faktorkaalude keskmised ühiskonnakihtides



* Seos väärtusfaktorite faktorkaalude keskmiste ja kihtikuuluvuse enesehinnangu vahel on statistiliselt oluline ($p < 0,001$).

enam hinnatud keskkonna ja füüsilise heaolu ning isiksusliku ja sotsiaalse tasakaaluga seonduvad väärtusted (vt joonis 15.26).

9.3. Kihtide elulaad

Eespool kirjeldatud kihtide eristumismuster moodustab teatud sisemise loogika alusel kujunenud süsteemi, mis lubab pidada enesemäärangut ühiskondlikul redelil isiksuse *habitus*e ehk sotsiaalse käitumise ja ressursside omamise ning kasutamise viisi representatsiooniks.

Habitus on see generatiivne ja ühendav printsiip, mis tõlgib ühe positsiooni seesmiselt omased ja relevantsed karakteristikud ühtseks elustiiliks ja ühtseks valikutetervikuks isikute, hüvede ja praktikate osas (Bourdieu 2003: 25).

On ootuspärane oletada, et selline terviklik dispositsioonide süsteem avaldub ka isiksuse tegevusmustris, tema elulaadis. Selle tõenduseks vaatleme sotsiaalse enesemäärangu seost elulaadi klasteranalüüsi tulemustega (tabel 15.28; elulaadiklastrite sisu on avatud 6. peatükis).

Nagu võime tabelist 15.28 järeldada, on igale kihile omane spetsiifiline elulaadimuster, ehkki iga elulaadi harrastajaid leidub rohkem või vähem kõigis kihtides. Võime märgata, et passiivne ja kodukeskne elulaad iseloomustab kõige enam madalkihti ning et mitmekülgselt aktiivne, uue meedia keskne või meelelahutusliku kaldega elulaad on omane pigem kõrgkihile. Kesk- ja kõrgkihtides on pisut rohkem levinud töökeskne elulaad, kirjasõnakeskne elulaad on tendentsina rohkem iseloomulik madalamale keskkihile. Nii keskkihtides kui kõrgkihis on esindatud maskuliinne tehniliste harrastustega seotud elulaad.

Kirjeldatud elulaadipildile tuleb täpsustuseks lisada koduse esemelise keskkonnaga ning geograafilise liikuvusega seotud aspektid. Tugeva eristava joonena iseloomustab erinevaid kihte nende sotsaalse ruumi suurem või väiksem avatus, nende liikuvus ja kontaktid nii väljaspool Eestit kui Eestis. Nagu juba eespool mainitud, on kõrgemale keskkihile ja kõrgkihile omane suurem tarbijalikkus ning koduse keskkonna küllastatus kommunikatsioonitehnikaga. Samuti torkab silma kõrgkihi märgatavalt suurem liikuvus Eestis (joonis 15.27).

Kõrgemate kihtide sotsiaalse ruumi suurem avatus ning madalkihtidele omane suurem suletus lähikeskkonda, väiksem liikuvus, väljendub nii

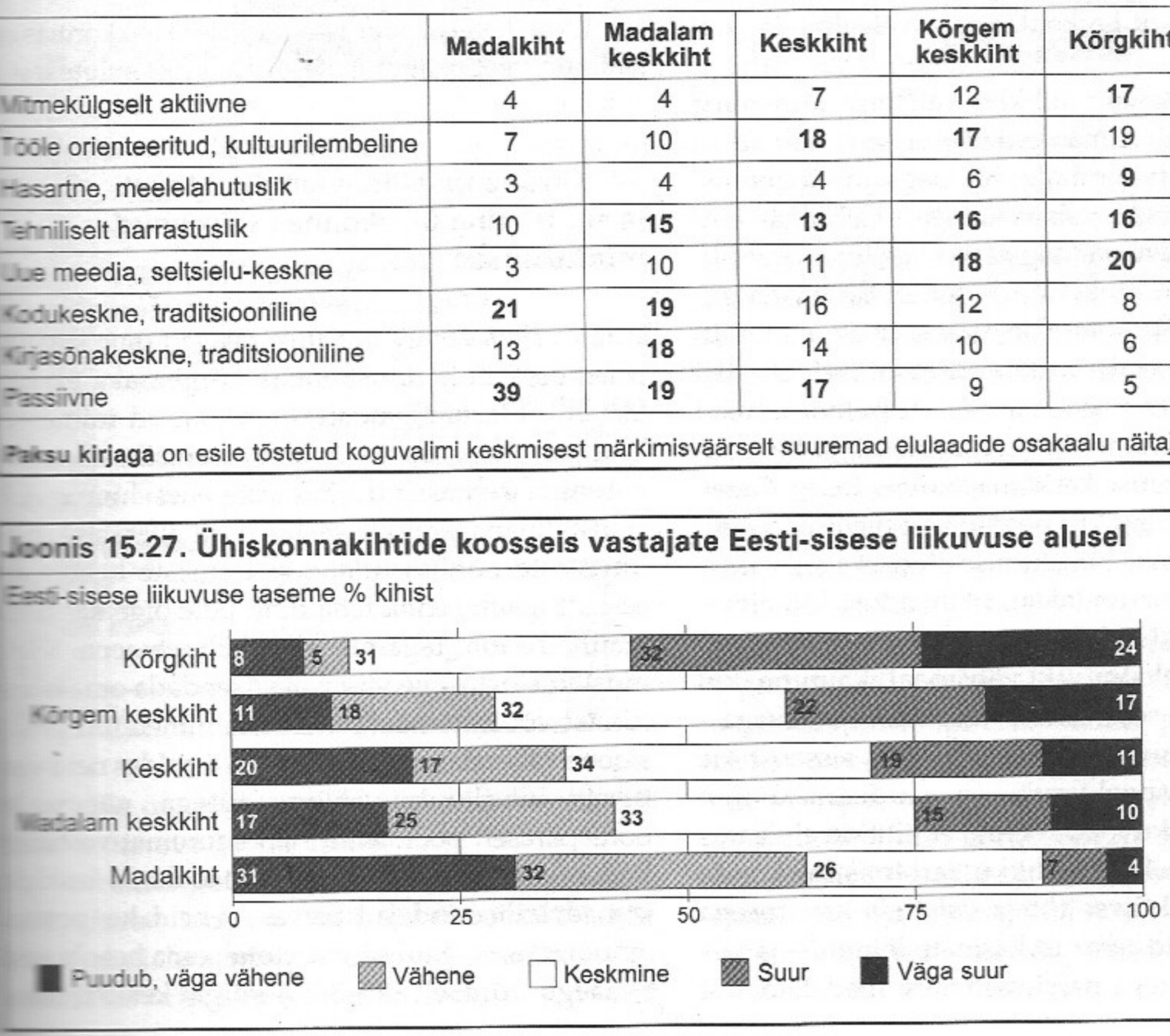
Tabel 15.28. Elulaadiklastrid ühiskonnakihtides

% kihist

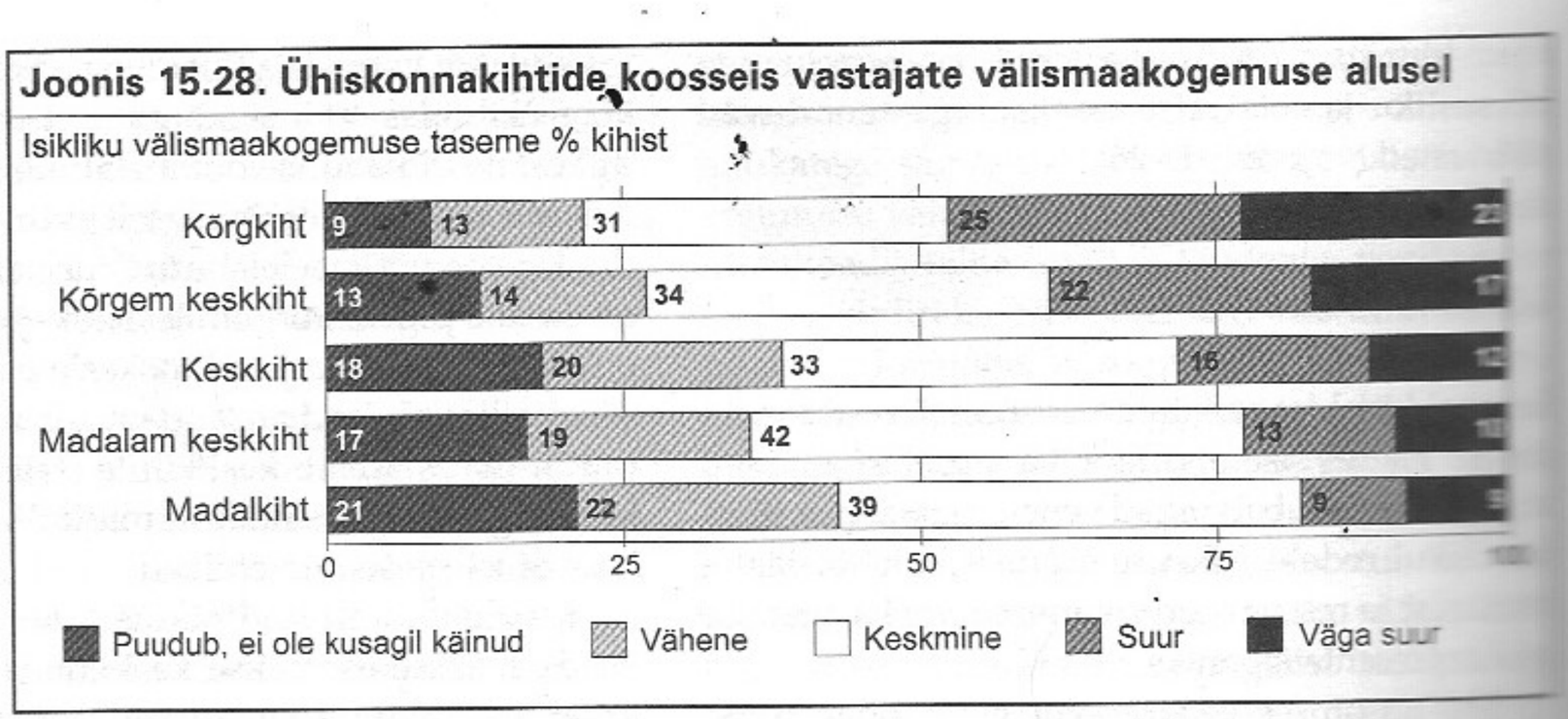
	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Mitmekülgselt aktiivne	4	4	7	12	**17**	15
Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	7	10	**18**	**17**	19	13
Hasartne, meelelahutuslik	3	4	4	6	**9**	5
Tehniliselt harrastuslik	10	**15**	**13**	**16**	**16**	9
Uue meedia, seltsielu-keskne	3	10	11	**18**	**20**	15
Kodukeskne, traditsiooniline	**21**	**19**	16	12	8	17
Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	13	**18**	14	10	6	13
Passiivne	**39**	**19**	**17**	9	5	14

Paksu kirjaga on esile tõstetud koguvalimi keskmisest märkimisväärselt suuremad elulaadide osakaalu näitajad.

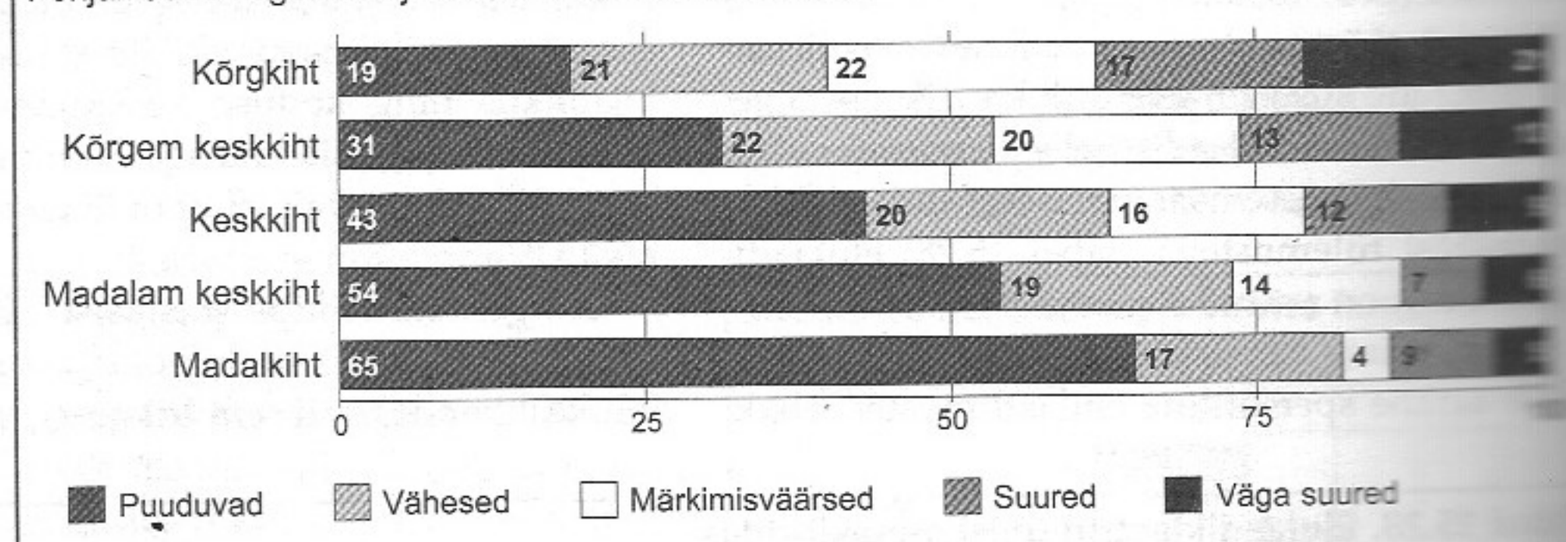
Joonis 15.27. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate Eesti-sisese liikuvuse alusel



Joonis 15.28. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate välismaakogemuse alusel



Joonis 15.29. Ühiskonnakihtide koosseis vastajate Põhjamaade-kogemuse ja -kontaktide indeksi alusel



Eesti-siseselt kui ka kontaktides välisilmaga (joonis 15.28).

Kihte eristavat isiklikku välismaa kogemust võrreldes tuleb silmas pidada, et see sisaldab ka vanemate põlvkondade NL-aegseid kogemusi kontaktidest teiste vabariikidega, sealhulgas eriti Leningradi, Moskva ning Läti ja Leeduga. Seetõttu annab selgema pildi kihtide sotsiaalse ruumi erinevusest vastajate kontakt Läänemaailmaga. Eriti oluliseks eristavaks tunnuseks osutusid tihedad kontaktid Põhjamaadega, mis on iseloomulikud kõrgematele kihtidele ning on väikseimad madalkihis ja madalamas keskkihis (joonis 15.29). Sageli on just neid kontakte peetud iseseisvusaja algul toimunud esmase kihistumise oluliseks teguriks.

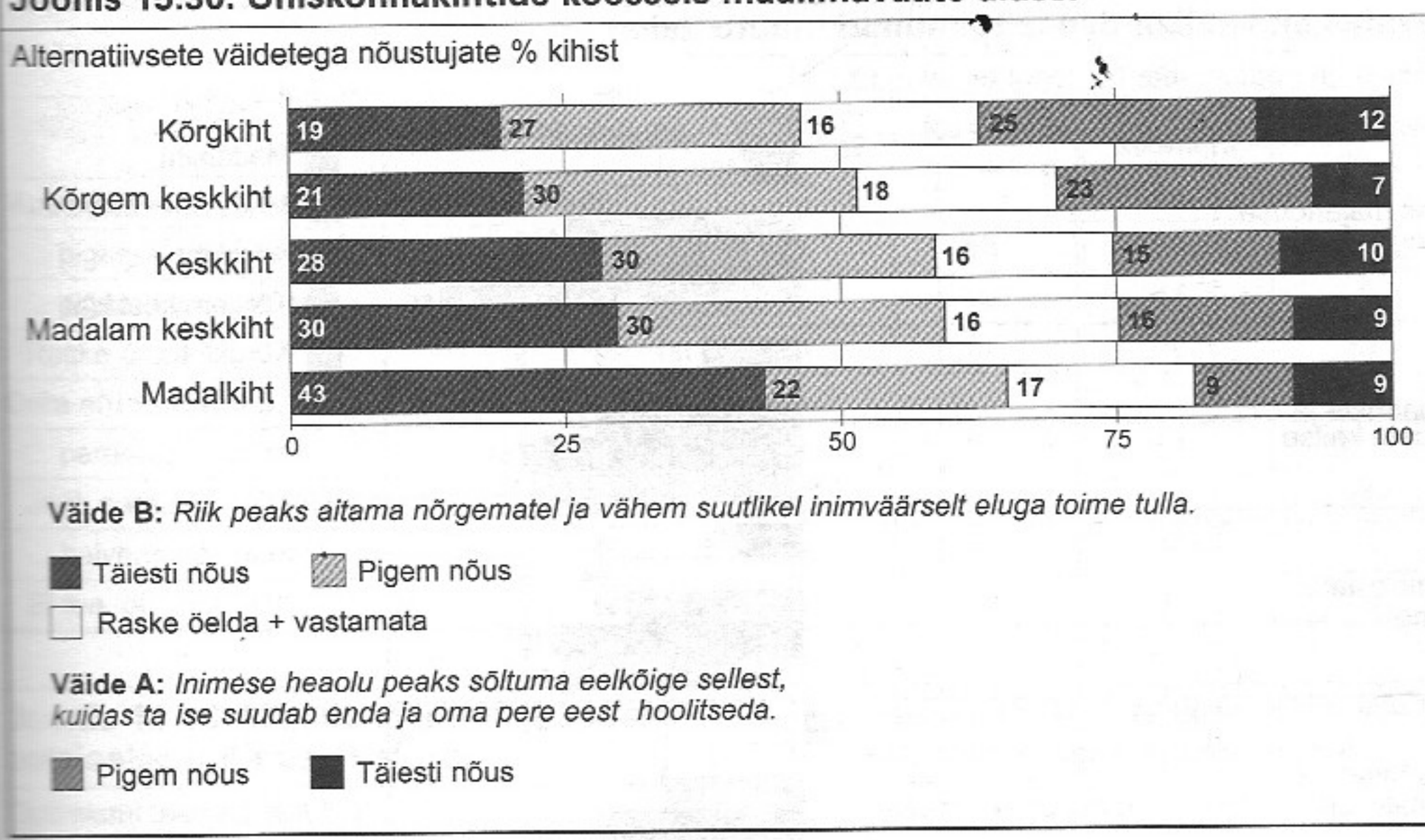
Reisimine omab laiemat tähendust kui ainult liikumisvõimalus. Nagu eespool mainisime, on kõrgkihile iseloomulik välismaal käimine kui elustiil ja selle seos isiklike tarbimisvajadustega – tihedam käimine puhkusereisidel, sisseostude tegemine väljaspool Eestit.

Võime kokkuvõttes öelda, et kihtide elulaadis eristuvad kiirelt läänelikku tarbimisühiskonda suunduvad, aktiivse töö ja vaba aja kasutusega kõrgemad kihid teravalt kasinate liikumis- ja tarbimisvõimalustega passiivsematest madalamatest kihtidest, kelle elulaadis ja koduses keskkonnas säilinud veel palju nõukogudeaegsest sulet

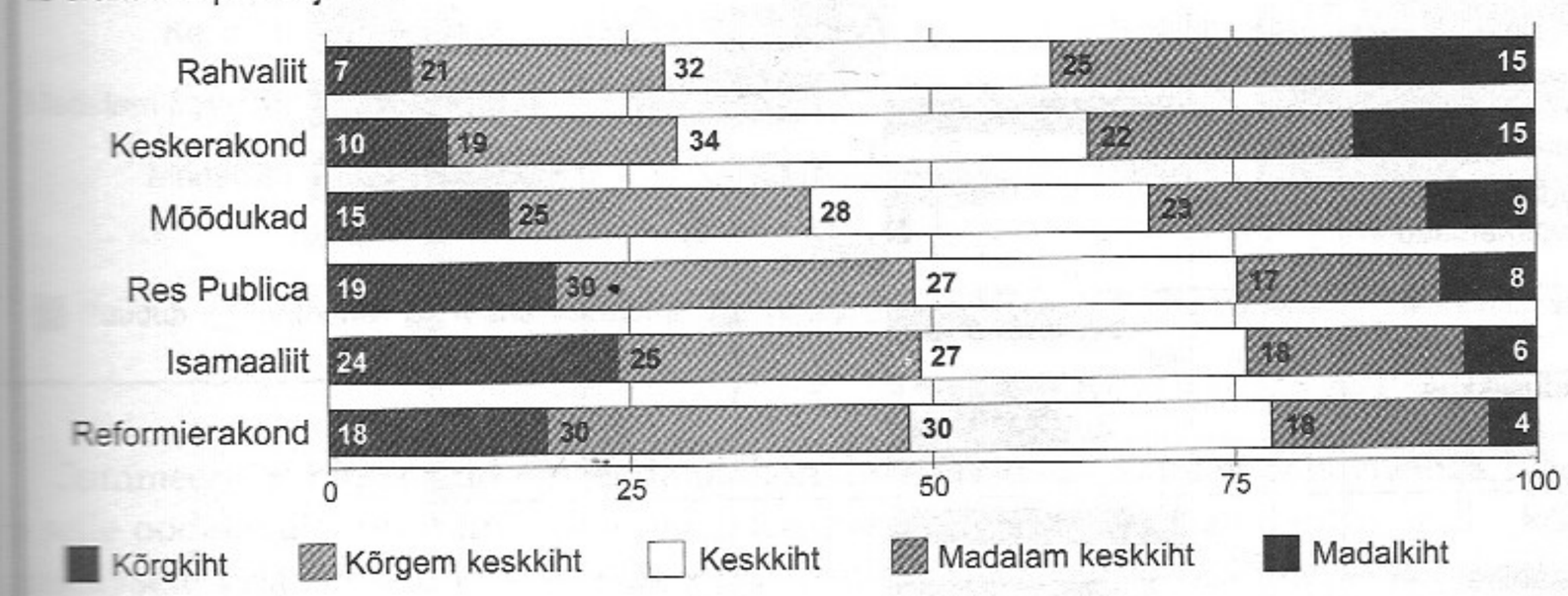
10. Kihtide maailmavaateline taust ja suhtumine ühiskonnas toimunud muutustesse

Nagu näitas eelnev analüüs, peavad oma s praeguses Eesti ühiskonnas kõrgemaks lääneliku tarbimismustri omandanud i End turumajanduslikus konkurentsikes paremini kehtestanud inimeste enese ja maailmanägemisele vastab hästi libe ilmavaate põhipostulaat, et inimeste h eeskätt igaühe enda teha ning pole õ igaühe heaolu tagamist riigi kohustus mustikus palusime vastajail väljendada tumist või mittenõustumist ülalnimet sioone väljendavate väidetega. Võrdl tuseid kihtikuuluvushinnangutega, ootuspäraselt pooldavad riigi suurem kodanike heaolu eest rohkem madalam ja madalkihi esindajad. Samas on neid ainuõigeks, et igaüks ise vastutab oma h peaaegu võrdselt (25–30%) kõigis

Joonis 15.30. Ühiskonnakihtide koosseis maailmavaate alusel



Joonis 15.31. Erakondade pooldajaskond ühiskonnakihtide lõikes



Tabel 15.28. Poliitiline apaatia ja maailmavaade ühiskonnakihtides

Keskmised 5-pallisel skaalal; $p < 0,05$

	Poliitiline apaatia	Liberaalne orientatsioon	Sotsiaalne orientatsioon
Madalkiht	2,85	1,97	3,26
Madalam keskkiht	3,03	2,25	2,99
Keskkiht	2,94	2,20	2,91
Kõrgem keskkiht	2,78	2,25	2,83
Kõrgkiht	2,64	2,40	2,71
Kõguvalim	2,87	2,22	2,92

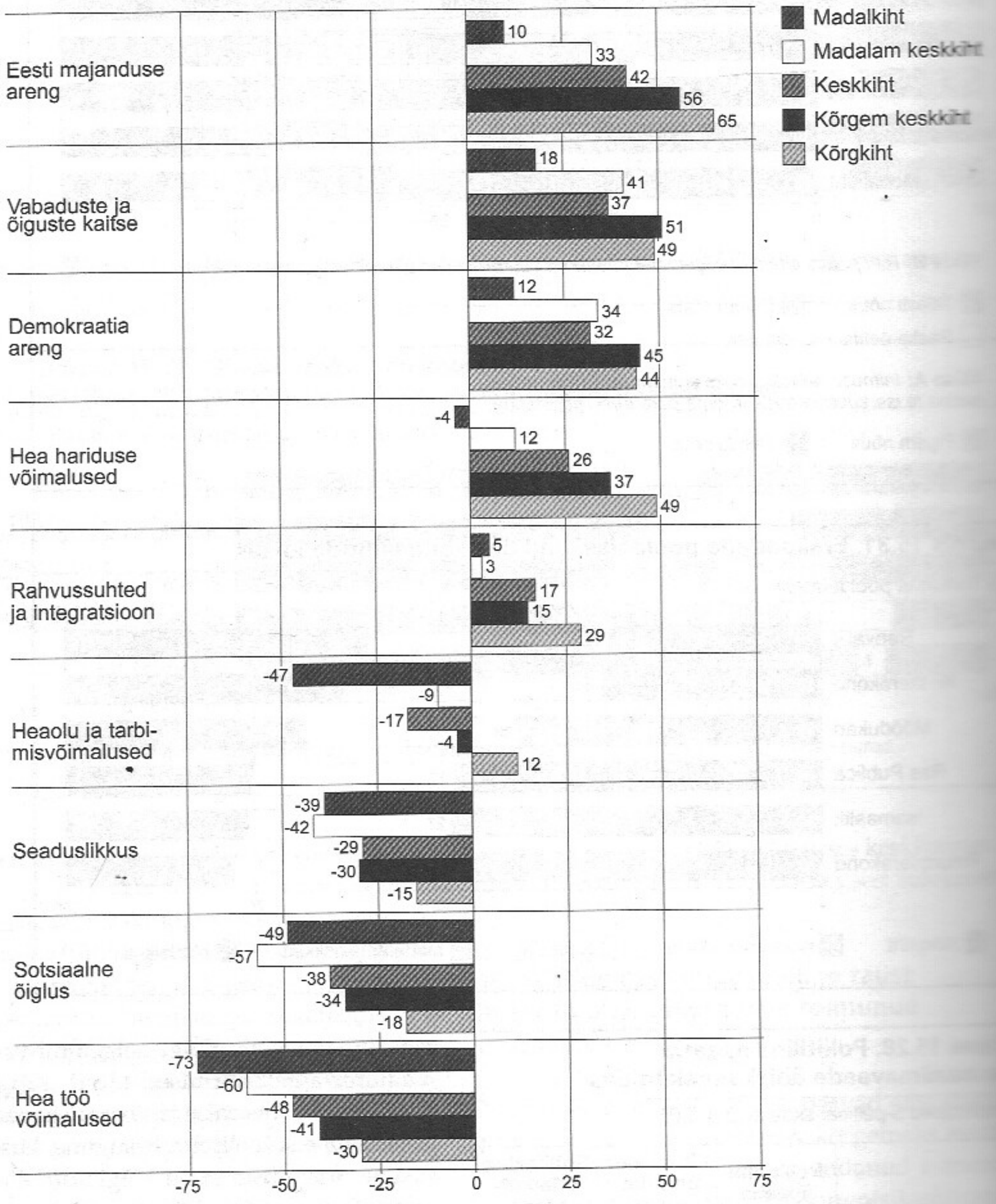
Kõrgkihis on selline hoiak omane kahele viiendikule vastanuist (joonis 15.30).

Võrreldes poliitilist osalust ja maailmavaadet väljendavate indeksite keskmisi (tabel 15.28), näeme, et madalamatele kihtidele on omane tugevam sotsiaalne orientatsioon, kuid seejuures suurem poliitiline apaatia. Kõige selgemini vastanduvad maailmavaatelt äärmised kihid. Kõigis kolmes keskkihis on sotsiaalse ja liberaalse maailmavaate pooldamine suhteliselt ühesugune, kusjuures sotsiaalne orientatsioon on kõigi kolme puhul liberaalsest orientatsioonist tugevam.

Postkommunistlikule ühiskonnale iseloomulik paradoks on, et suhteliselt tugeva sotsiaalse orientatsiooniga ei kaasne madalamate kihtide suuremat poolehoidu sotsiaalsemale poliitikale, vaid hoopis nende eemaletõmbumine ja passiivsus igasuguse poliitika suhtes. Jooniselt 15.31 on näha, et tegelikult on kõigi erakondade pooldajate seas ülekaalus end kesk- või kõrgemasse kihti liigitanud vastajad, mis on seletatav erakondliku enesemääratluse üldise nõrkusega madalamates kihtides. Ainult Rahvaliidu ja Keskerakonna pooldajaskonnas on madalamate kihtide esindatus vastav nende proportsioonile kõigi vastajate hulgas.

Joonis 15.32. Ühiskonnakihtide hinnangud erinevates eluvaldkondades toimunud muutustele

Positiivsete ja negatiivsete hinnangute saldo (%)



Kihi enesemäärangu ja maailmavaatelise taustaga seostub ka rahulolu Eesti ühiskonnas toimunud muutustega. Võime tõdeda, et muutunud sotsiaalsete ja majanduslike oludega paremini kohanenud kesk- ja kõrgemad kihid on üldiselt optimistlikumad. Nad samastavad oma isikliku eluperspektiivi kergemini riikliku tasandi eduga ning leiavad ühiskonnas toimunud muutused olevat rõõmustavad ning nende elu paremaks muutvad (tabel 15.29).

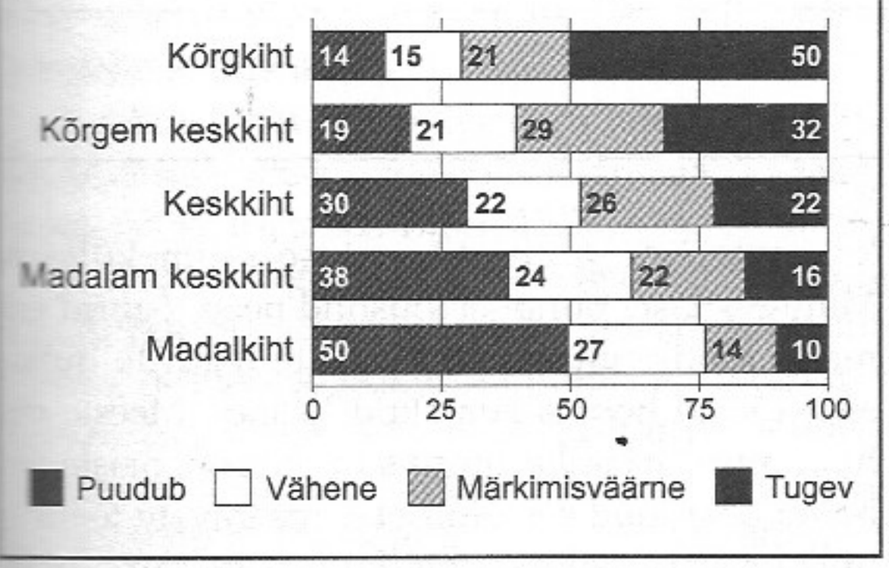
Vaadeldes tendentse, mis ilmnevad konkreetseis hinnanguis erinevates eluvaldkondades toimunud muutustele (joonis 15.32) näeme, et kõrgemate ja madalamate kihtide seas valitseb suhteline üksmeel Eestis toimunud muutuste positiivsel hindamisel demokraatia ja majanduse arengu osas. Ehkki kõrgemad kihid on kõigi muutuste suhtes positiivsemalt meelestatud, valitseb suhteliselt suurem rahulolematus kõigis kihtides sotsiaalse õigluse, töövõimaluste olemasolu ning seaduste järgimise suhtes. Suurimad erinevused torkavad silma haridus- ja tarbimisvõimaluste hindamisel. Väärib eraldi märkimist, et madalam keskkiht on kõige rahulolematum sotsiaalse õigluse ja seaduslikkuse hindamisel.

Tabel 15.29. Suhtumine muutustesse ühiskonnakihtides

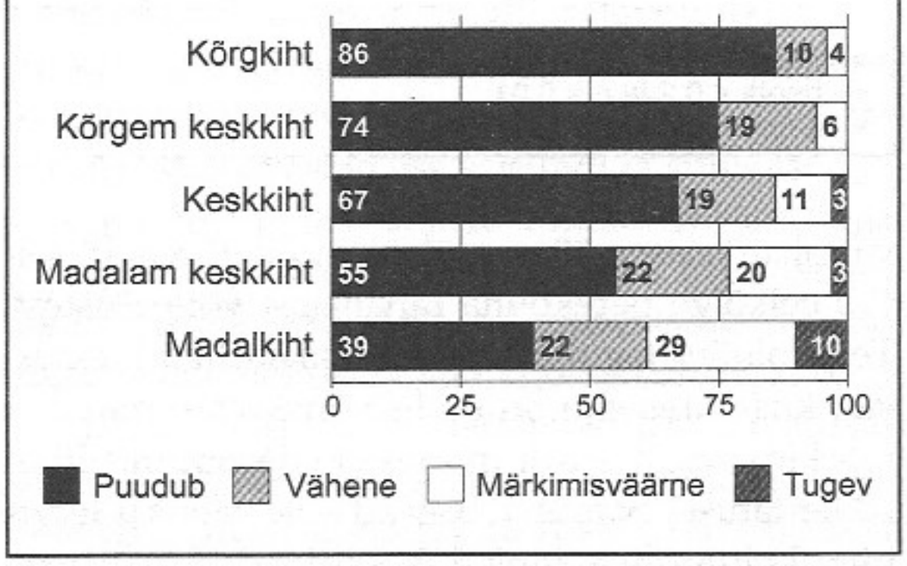
% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Muutused on olnud minu jaoks üldiselt...						
... pigem rõõmustavad	34	46	53	65	77	55
... pigem kurvastavad	47	30	20	14	9	22
Raske öelda	18	23	27	20	13	22
Oma elu muutub ...						
... paremuse suunas	18	31	39	54	65	42
Jääb samaks, midagi ei muutu	25	26	28	21	24	25
... halvemuse suunas	49	31	20	13	5	22
Ei tea, ei oska öelda	7	11	13	12	5	10

Joonis 15.33. Ühiskonnakihtide koosseis sotsiaalse optimismi alusel



Joonis 15.34. Ühiskonnakihtide koosseis sotsiaalse pessimismi alusel



Summeerides hinnangud omaenda olukorrale ja selle oodatavale muutumisele, moodustasime positiivsete vastuste alusel sotsiaalse optimismi indeksi ning negatiivsete vastuste alusel sotsiaalse pessimismi indeksi. Nende indeksite väärtused erinevates kihtides osutavad kihimäärangu ja ühiskonnas toimunud muutustega kaasamineku / mittemineku otsesele seosele. Kõrgemates kihtides on valdavaks sotsiaalne optimism, samas kui madalamaid kihte valdab sotsiaalne pessimism (vrd joonised 15.33 ja 15.34).

Eriti ilmekalt tuleb tendents esile pessimistliku hoiaku esinemises: end kõrgkihti määratlenutele pole see praktiliselt üldse omane, samas kui madalaima kihi häälestatust iseloomustab üsna negatiivne hoiak ja pessimism toimuva suhtes. On tähelepanuväärne, et suurem optimismi/pessimismi levik eristab küllalt selgesti ka keskkihte omavahel, kusjuures kõrgem keskkiht läheneb siin rohkem hoiakult vägagi kõrgkihile.

Kõrgemate kihtide positiivne suhtumine muutustesse ning kohanemine uues poliitilises keskkonnas väljendub ka nende suuremas usalduses mitmesuguste institutsioonide, erinevate eliidigruppide ning meedia vastu, mida mainisime eespool seoses sotsiaalse kapitali erinevustega. Näeme siin täiesti ühesuunalist tendentsi: mida kõrgem on sotsiaalne enesemäärang, seda suurem on ka usaldus, ehk teisisõnu, seda legitiimsemaks peetakse riiklike institutsioonide tegevust ning seda tõenäolisemalt minnakse kaasa meedia ning eliidi vaatepunktidega. Sotsiaalse pessimismi ja usaldamatuse domineerimises madalamates kihtides väljendub aga siirdetrauma tugev mõju.

11. Kihtikuuluvushinnangu tegurite regressioonanalüüsi tulemused

Subjektiivse kihtikuuluvushinnangu seosed sotsiaal-demograafiliste tunnuste, majandusliku, kultuurilise ja sotsiaalse kapitali komponentide, maitse-eelistuste ja elulaaditunnustega võtab kokku statistiliselt oluliste korrelatsioonide tabel (lisatabel 15.4). (Vähendamaks rahvusliku tausta mõju sotsiaal-majanduslike tegurite hindamisel, esitame korrelatsioonseosed eraldi eesti- ja venekeelsete vastajate lõikes.)

Korrelatsioonseosed kihtikuuluvuse enesehinnangu ning teiste tunnuste vahel näitavad, et

Tabel 15.30. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemuste võrdlev ülevaade

Sõltumatud tunnused koguvalimi regressioonmudelis	Keel		Sugu		Vanuserühm		
	Eesti	Vene	Mehed	Naised	Noored (15–24)	Keskealised (25–49)	Vanemad (50–74)
Rahaline jõukus	+ + +	+ + +	+ + +	+ +	+ + +	+ + +	+ +
Konsumerism	+ +		+ +	+ +	+ + +	+ +	+ +
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas		+ +	+ +				+ +
Optimistlik eluhoiak	+ +			+ +		+ +	+
Arvuti kasutamise mitmekülgsus	+ +		+				
Eesti-sisene liikuvus	+	+ +	+ +	+		+ +	+ +
Perekonnaseis		+		+ +			
Kodakondsus							+ +
			+ + Asulatüüp			+ + Asulatüüp	
				+ Kultuuriressursi indeks			

+++ beeta > 0,2 ja p < 0,01.
++ beeta < 0,2 ja p < 0,01.
+ beeta < 0,2 ja p < 0,05.

vastajate enesemäärang ühiskondlikul redelil sõltub eelkõige perekonna rahalistest võimalustest. Teine oluline tegurite rühm on isiksuslikud ressursid, kusjuures siin on olulise eristava tunnusena märkimisväärne roll inimese enda optimistlikul häälestatusel. Samuti tõusevad esile vanus ja tervis ning kultuuriline kapital (kooliskäidud aeg, keelteoskus). Paistab silma infoühiskonnas vajalike kommunikatiivsete pädevuste ja võimaluste roll: arvuti- ja mobiilikasutuse aktiivsus. Kolmas tegurite rühm, rahvuslik-territoriaalne, evib, nagu eelpool nägime, subjektiivses enesemäärangus tagasihoidlikumat rolli. Eesti- ja venekeelsete vastajate võrdluses torkavad eestlaste puhul silma tugevamad seosed muutustega kohanemisega.

Astmeliselt tunnuseid lisav regressioonanalüüs (vt tabel 15.30; lisatabelid 15.5 ja 15.6) tõi vähemalt 95%-lise usaldusväärsuse nivool suurest seoste hulgast sotsiaalse enesemääratluse kõige olulisemate teguritena välja rahalise jõukuse (raha piisavuse vajaduste rahuldamiseks), tarbijaliku orientatsiooni tugevuse, optimistliku eluhoiaku, Eesti-sisese liikuvuse, kogemuse ja kontaktid Läänemaailmas, arvuti kasutamise mitmekülgsuse ning kodakondsuse ja perekonnaseisu. On tähelepanuväärne, et sotsiaal-demograafilistest tunnustest ei jõudnud regressioonanalüüsi põhjal ükski viie kõige olulisema kihte eristava teguri hulka. Rahvuslikud, vanuselised, soolised ning elukohajärgsed erinevused tulid aga esile siis, kui tegime regressioonanalüüsi eraldi vastavate rühmade lõikes. Selgus, et eestlasi eristab omavahel rohkem konsumerism ja arvutikasutuse mitmekülgsus. Mitte-eestlaste puhul ei tõusnud need tegurid esimeste kihtikuuluvust määravate tegurite hulka, esile tõusid hoopis kontaktid Läänes. Meeste puhul ilmnes arvutikasutuse suurem roll, naiste puhul ei osutunud see oluliseks, määravate tegurite hulka tõusid selle asemel kultuuriressursi omamine ning perekonnaseis (viimase puhul oli skaala positiivses otsas ametlik abielu ning negatiivses otsas lahutus või lesepõlv). Vanuserühmade võrdluses torkab silma, et noorte (alla 25-aastaste) seas on kihtikuuluvuse representatsioon väga tihe- mõõtmeliselt jõukuse- ja tarbimiskeskne. Keskealistel (kuni 49-aastastel) muutuvad eristavaks optimistlik eluhoiak ja Eesti-sisene liikuvus, vanemas eas (üle 50-aastastel) lisanduvad kontaktid Läänes ja kodakondsus (Eesti kodakondsus kui positiivne ning kodakondsuseta olek kui negatiivne tegur). Meeste ja keskealiste puhul tuli esile ka elukoha roll (pealinn moodustas seejuures skaala positiivse ja küla negatiivse pooluse; tabel 15.30).

Üldtendentsina leidis täiel määral kinnitust meie põhihüpotees, et kihistumise sotsiaalne representatsioon kujuneb eeskätt enese majandushuvide ja tarbijana positsioneerimise alusel. Olulisel määral justab seda ka sotsiaalne kapital (optimism ja liikuvus). Kultuurilise kapitali komponentidest muutuks määravaks positsioneering uues kommunikatsioonikeskkonnas.

12. Põhilised järeldused ja diskussioon

12.1. Kihtide koondiseloomustus

Analüüsi käigus selgus, et esialgu täiendava üksiktunnusena küsimustikku lülitatud sotsiaalse enesemäärangu skaala osutus sobivaks instrumendiks sotsiaalse kihistumise subjektiivse representatsiooni süsteemsel kirjeldamisel. Kihistumise enesehinnang väljendab üldistatult inimese positsiooni erinevatel väljadel, tema edukust või ebaedukust antud ühiskonna normide seisukohalt. Bourdieu on isiku dispositsioonide süsteemi, mis väljendub tema elustiilis, reageerimisviisis erinevatele olukordadele ning toimetuleku- ja enesekehtestamisvõimes, nimetanud *habitus*eks (Bourdieu 2003: 24). Võime väita, et kihtikuuluvushinnang kui sotsiaalse asendi representatsioon on teatud mõttes *habitus*e väljendus, isiku üldistatud hoiak oma suhete suhtes teiste inimestega ning ühiskondliku süsteemiga.

Kokkuvõtvalt võime uuringu tulemusel selgitatud sotsiaalsete kihtide erisusi kirjeldada alljärgnevalt (vt ka lisatabelid 15.1–15.3).

1. **Väga kõrge sotsiaalse enesehinnanguga uus kõrgkiht.** Seda kihti iseloomustab suhteline noorus, hea tervis, jõukus ja optimism. Ta on hästi kohanenud sotsiaalsete ning kultuuriliste muutustega ning suudab aktiivselt ära kasutada turumajandusliku ühiskonna ning uue meediakeskkonna ärilisi, tarbimislikke, eneseharimise ja infohankimise võimalusi. Tegemist on end maailmakodanikuna tundva, väga liikuva ja palju reisiva, võõrkeeli valdava, ettevõtliku osaga siirdeühiskonnast, tüüpilise "võitjate" seltskonnaga. Sellele kihile on eriti iseloomulik tarbimisühiskonna standardite järgimine ning suur aktiivsus e-ühiskonnas. Suhteliselt rohkem kuulub sellesse kihti edukaid ärimehi ja kinnisvaraomanikke, aga ka ebaproportsionaalselt palju õppureid. Ehkki kiht pole eriti suur (sellesse kuulub iga seitsmes eestlane ja iga kümnes mitte-eestlane), on tal arvamusliidrina tugev mõju ühiskondlike hoiakute kujunemisele. Kuna see kiht on ka trükiajakirjanduse meelissihtrühm, võimendub tema elustiil ning maailmavaade meedia kaudu, muutudes malliks ka teiste rühmade enesehinnangu kujunemisel.

2. **Kõrge sotsiaalse enesehinnanguga kõrgem keskkiht.** See kiht on eelmisega võrreldes vähem optimistlik, nii enese kui ühiskonna hindamisel ettevaatlikum ja kriitilisem, kuid üldjoontes samuti muutustega rahul, heal elujärjel ning majandusliult, sotsiaalselt ja kultuuriliselt aktiivne. Ta on keskmisest suurem trükimeedia tarbija, kuid hästi kohanenud ka uue meedia võimalustega. Siia kuuluvad vanuselt veidi soliidsemad inimesed kui eelmisse kihti. Enamasti on tegemist kõrgepalgaliste spetsialistide ja ametnikega, aga ka edukad talunikud ning osa ettevõtjaid ja tippjuhte on end määratlenud sellele astmele kuuluvana. Muud demograafilised tunnused kihti ei erista. Kihile on iseloomulik ENSV-aegse sotsiaalse ja kultuurilise kapitali oskuslik kasutamine ning tal on väga laialdased kontaktid teistes maades, sh endistes NL vabariikides. Mitte-eestlaste seas on selle kihi kultuuriline kapital isegi suurem kui kõrgkihil. Majandusliku jõukuse, aktiivsuse ja soliidsuse ning olulise ühiskondliku rolli poolest võime seda kihti pidada tõeliseks keskklassiks, ehkki ta asetub ühiskondliku redeli keskmest veidi ülespoole. Seega kuulub ta pigem "võitjate" poolele, kuigi on sageli muutuste suhtes kriitiline. Nii eestlaste kui mitte-eestlaste hulgas on selliseid inimesi neljandik-viiendik.

3. **Ühiskonna keskmist läbilõiget esindav keskkiht.** Siirdeühiskonnale iseloomulikult pole keskkihi näol tegemist stabiilse ja turvalise seltskonnaga, vaid pigem "võitjate" ja "kaotajate" vahel asetseva ebastabiilse seisundi ja suhteliselt tagasihoidlike materiaalsete võimalustega kihiga. Ometi on end ühiskonna keskpaika määratlenud inimesed piisavalt aktiivsed, optimistlikud ja kohanemisvõimelised. Oma koosseisult ning omadustelt väga kirju, nii vaesemaid kui rikkamaid, suurema ja väiksema sotsiaalse ja kultuurilise kapitaliga rühmi ühendav keskkiht on valdavalt keskharidusega ning siia kuulub palju teenindajaid, madalamapalgalisi ametnikke ja spetsialiste, aga ka vähem edukaid ettevõtjaid ning väiksemakaliibrilisi juhte. See vahepealne kiht on arvukaim, nii eestlaste kui mitte-eestlaste seas kuulub siia iga kolmas.

4. **Madalam keskkiht.** See kiht on oma iseärasuste poolest vastuoluline, kuna teda iseloomustavad kasinad materiaalsed võimalused ja madal tarbimisaktiivsus ning ettevõtlikkus, kuid suhteliselt suur kultuuriaktiivsus ja sotsiaalne kapital, mis mõnes aspektis ületab end keskkihti määratlenute oma. Vanuselt on ta valdavalt üle keskea, veidi rohkem kuulub siia naisi, mitte-eestlasi, maaelanikke. Palju on keskeriharidusega spetsialiste, aga ka talunikke. Eestlaste seas kuulubki siia suhteliselt palju maainimesi, mitte-eestlaste seas aga Ida-Virumaa elanikke. Kihile on omane rahulolematu, kriitiline hoiak ühiskonnas toimuva suhtes, mida osaliselt seletab konflikt tema materiaalsete võimaluste ning huvide ja ambitsioonide vahel. Olles suhteliselt suure kultuurilise kapitaliga, hästi informeeritud ja aktiivne, omab see kiht võimalusi aktiivseks eneseväljenduseks ka meedias. Just selle tõttu esindab kiht kõige ilmekamalt siirdeühiskonna "protestimeelseid kaotajaid".

Suuruselt on kiht peaaegu võrdne kõrgema keskkihiga, siia kuulub iga neljas mitte-eestlane ja iga viies eestlane.

5. Madalkiht ehk inimesed, kes näevad end asetsevat ühiskondliku redeli kõige madalamatel astmetel. Reeglina väikese sissetulekuga, sotsiaaltoetustest sõltuvad, sageli ka vähese hariduse ja halva tervisega vanemad inimesed. On halvasti kohanenud kiiresti muutuva keskkonnaga, tunnevad end ühiskonnas tõrjututena. On kõige rohkem kogenud oma sotsiaalse seisundi halvenemist. Suhtuvad muutustesse väga kriitiliselt ning ei usalda ei riiklikke institutsioone ega meediat. On eelmisest kihist palju passiivsemad, kujutades endast "vaikivaid kaotajaid". Muulastest kuulub sellesse kihti iga kuues, eriti tüüpiline on see mittekodanikele ja Venemaa kodanikele. Eestlastest tunneb end ühiskondliku redeli kõige madalamatel astmetel asetsevat iga kümnes.

12.2. Kihistumise pildi kokkuvõte

Inimeste kujutlus oma asendist teiste suhtes ühiskondliku redeli astmetel representeerib Eestis turumajanduslike reformide ning siirdeideoloogia mõjul välja kujunenud uut ühiskondlike suhete struktuuri. Inimeste ettekujutuses oma kohast sotsiaalses ruumis mängib domineerivat rolli tarbimisvõimaluste ebavõrdsus. Tarbimisühiskonna ja infoühiskonna standardite omaksvõtt edukuse kriteeriumina annab ëelised uues tehnoloogilises ja sümbolilises keskkonnas kiiresti kodunenud nooremale põlvkonnale.

End ühiskondliku astmestiku kõrgemale tasandile määratlenuid iseloomustavad muutuvas keskkonnas toimetulekut ja head kohanemist näitavad tunnused nagu sotsiaalne optimism ning positiivne suhtumine ühiskonnas toimuvatesse muutustesse, samuti suurem usaldus riiklike institutsioonide ning meedia vastu. Kihtikuuluvuse representatsiooni kujunemisel torkab silma sotsiaalse kohanemuse ning majandusliku edukuse domineerimine hariduslike ja kultuuriliste tegurite ees.

Kihtide asetus võimuväljal näitab, et parempoolsete erakondadega samastavad end valdavalt ülakihid. Nende aktiivsem roll arvamusliidritena ja määrav osa Eesti trükiajakirjanduse lugejaskonnas võimendab kihistumise ideoloogilist legitimatsiooni. Selle tulemusel on siirdeühiskonna mentaliteedis kinnistunud inimeste jaotus "võitjateks" ja "kaotajateks". Seejuures pääsevad domineerima vastanduvad äärmused: "võitjate" metafoor lähtub kõrgkihile iseloomulikest tarbimisedukuse tunnustest ning "kaotajate" võrdpilt on kõigi kapitalide poolest kõige vaesem madalkiht. Ühiskondliku kihistumise sellise mustvalge kujutamise korral jääb tahaplaanile keskkihtide keerukam ja vastuolulisem muster, sealhulgas kultuurilise ja sotsiaalse kapitali poolest küllalt rikka, kuid tarbimisühiskonna mõttes vähemeduka madal-keskkihi probleemistik.

Sellist ühiskondliku kihistumise mustrit võib pidada postkommunistliku transitsioonikultuuri väljenduseks. Kihistumise sotsiaalne representatsioon on seotud siirdeideoloogia leviku ning omaksvõtuga. Selles on olnud oluline roll tarbimisühiskonnale omase mentaliteedi levikul meedia kaudu. Meedia kommertsialiseerumisega kaasnes eduka meelelahutusliku tarbija kui norma võimendamine. Meedia toel kujunes pilt ühiskonnakihtide hierarhiast, milles mängib suurt rolli turumajandusega kaasnenud tarbimisvõimaluste kasutamine ning positiivne kohanemine muutustega. Edu sündroomile vastab peegelpildina samuti süsteemne edutuse, sotsiaalse ilmajäetuse sündroom kui madalkihtidele omane *habitus*.

Muutustega vähem kohanenud, väiksemate tarbimisvõimalustega ühiskonnaliikmete erinemine kultuuriliselt domineerivast tarbimisühiskonna elustandardist soodustab nende enesehinnangu madaldumist, enese subjektiivset määratlemist sotsiaalsesse ja poliitilisse alamkihti. Transitsioonikultuurile omasele eduideoloogiale rajatud kihistumise sotsiaalne representatsioon legitimeerib vaesust ja ebavõrdsust kui turumajanduse "loomulikku" kaasnähtust, mitte aga ei käsitle seda jõukale ja demokraatlikule ühiskonnale sobimatu inimväärikust alandava seisundina.

Kasutatud kirjandus

Beck, U. (1992). *Risk Society*. London: Sage.

Bourdieu, P. (2003). *Praktilised põhjused. Teemasid riast*. Tallinn: Tänapäev.

Crompton, R. (1998). *Class and Stratification: An Introduction to Current Debates*. Cambridge: Polity Press.

Eamets, R. (2001). *Reallocation of Labour during Transition Disequilibrium and Policy Issues: The Case of Estonia*. Dissertationes rerum oeconomicarum Universitatis Tartuensis. Tartu: Tartu University Press.

Eamets, R. & Philips, K. (2000). *Eesti tööturg üleminekuperioodil*. Tallinn: Elmatar.

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Vol 2. The Critique of Functionalist Reason*. Cambridge: Polity Press.

Hall, S. (ed) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices.* London: Sage.

Hallik, K. (2002). Nationalising Policies and Integration Challenges. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia.* Tartu: Tartu University Press.

Helemäe, J., Saar, E. & Vöörmann, R. (2000). *Kas haridusse tasus investeerida? Hariduse selekteerivast ja stratifitseerivast rollist kahe põlvkonna kogemuse taustal.* Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus.

Kruusvall, J. (2002)..Social Perception and Individual Resources of the Integration Process. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia.* Tartu: Tartu University Press.

Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds) (2002). *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia.* Tartu: Tartu University Press.

Lõhmus, K. (2002). Kas inimese isiklik edu mõjutab tema ettekujutust ühiskonnast? Rmt: Saar, E. (toim), *Trepist alla ja üles: edukad ja ebaedukad postsotsialistlikus Eestis.* Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus.

Pavelson, M. & Luuk, M. (2002). Non-Estonians on the Labour Market: A Change in the Economic Model and Differences in Social Capital. In: Lauristin, M. & Heidmets, M. (eds), *The Challenge of the Russian Minority: Emerging Multicultural Democracy in Estonia.* Tartu: Tartu University Press.

Pettai, I. (2002). Kihistumine kui probleem. Rmt: Vetik, R. (toim), *Kaks Eestit.* Tallinn: TPÜ Kirjastus.

Rose, R. (2002). *New Baltic Barometer V: A Pre-Enlargement Survey.* Studies in Public Policy, No 368. Glasgow: University of Strathclyde.

Saar, E. (2002a). Saatuse diskursus ja Eesti ülemineкumudel. Rmt: Vetik, R. (toim), *Kaks Eestit.* Tallinn: TPÜ Kirjastus.

Saar, E. (toim) (2002b). *Trepist alla ja üles: edukad ja ebaedukad postsotsialistlikus Eestis.* Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus.

Tiit, E.-M. (2002). Süvenev kihistumine Eesti ühiskonnas. Rmt: Vetik, R. (toim), *Kaks Eestit.* Tallinn: TPÜ Kirjastus.

Titma, M. (toim) (1999). *Kolmekümneaastaste põlvkonna sotsiaalne portree.* Tartu–Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus.

Titma, M. (toim) (2001). *Sõjajärgse põlvkonna elutee ja seda kujundanud faktorid.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Titma, M. (toim) (2002). *30- ja 50-aastaste põlvkonnad uue aastatuhande künnisel.* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vetik, R. (toim) (2002). *Kaks Eestit.* Tallinn: TPÜ Kirjastus.

LISAD

Lisa 1. Lisatabelid peatükkide juurde **289**
Ptk 2. Eesti siirdekultuuri väärtused 289
Ptk 3. Kollektiivsed identiteedid siirdeaja Eestis 292
Ptk 5. Maailm Eestist väljaspool: kogemus ja kontaktid, huvid ja hoiakud 297
Ptk 6. Elulaad Eestis 306
Ptk 7. Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused 318
Ptk 8. Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia 324
Ptk 9. Mobiilid, arvutid, internetid 348
Ptk 10. Eesti kodanike poliitiline aktiivsus ja usaldus 357
Ptk 12. Tarbimisorientatsioonid tänases Eestis 359
Ptk 13. Kultuuriline, sotsiaalne ja majanduslik kapital 362
Ptk 15. Eesti ühiskonna kihistumine 363
Lisa 2. Üldised koondtunnused (indeksid) 369
Lisa 3. Uurimuses *Mina. Maailm. Meedia* kasutatud küsimustik 373

Lisatabel 2.1. Väärtuste keskmised rahvarühmades

	Keel		Sugu		Vanus			Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta			Elukoht	
	Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–29	30–54	55–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Kuni 2000	2001–4000	Üle 4000	Linn	Maa
Tervis	4,84	4,86	4,80**	4,88**	4,80*	4,84*	4,90*	4,81	4,85	4,86	4,86	4,82	4,83	4,86	4,81
Tugev perekond	4,79	4,82	4,75**	4,85**	4,78	4,79	4,85	4,75*	4,84*	4,76*	4,85**	4,79**	4,68**	4,80	4,79
Rahu maailmas	4,69**	4,79**	4,59**	4,84**	4,61**	4,73**	4,85**	4,69	4,75	4,71	4,78**	4,71**	4,61**	4,73	4,72
Puhas keskkond	4,69	4,69	4,64**	4,74**	4,63**	4,66**	4,80**	4,62*	4,72*	4,69*	4,72	4,66	4,68	4,70	4,67
Õnn	4,66	4,68	4,59**	4,73**	4,71	4,66	4,64	4,65	4,69	4,63	4,70*	4,64*	4,58*	4,69*	4,60*
Riigi julgeolek	4,67	4,60	4,54**	4,74**	4,49**	4,63**	4,84**	4,65	4,66	4,58	4,69*	4,62*	4,56*	4,65	4,65
Tõeline sõprus	4,63	4,62	4,59*	4,66*	4,68*	4,58*	4,66*	4,71**	4,67**	4,43**	4,70**	4,53**	4,56**	4,61	4,68
Ausus	4,66**	4,55**	4,54**	4,70**	4,48**	4,60**	4,82**	4,59	4,64	4,60	4,67*	4,60*	4,54*	4,61	4,66
Vabadus	4,61	4,59	4,59	4,62	4,62	4,56	4,65	4,63	4,58	4,61	4,61	4,58	4,62	4,62	4,56
Sisemine harmoonia	4,58	4,62	4,47**	4,69**	4,46**	4,62**	4,69**	4,47**	4,62**	4,64**	4,61	4,59	4,53	4,61	4,55
Eneseaustus	4,58**	4,48**	4,44**	4,63**	4,58	4,53	4,53	4,52	4,56	4,53	4,57	4,52	4,51	4,53	4,58
Tarkus	4,54	4,48	4,47*	4,56*	4,47*	4,51*	4,59*	4,48	4,54	4,53	4,54	4,49	4,51	4,51	4,53
Õiglus	4,56**	4,44**	4,52	4,51	4,46**	4,48**	4,63**	4,53	4,54	4,44	4,55**	4,51**	4,39**	4,50	4,56
Armastus	4,58**	4,32**	4,51	4,48	4,65**	4,53**	4,26**	4,43	4,52	4,48	4,48	4,49	4,52	4,46**	4,58**
Eneseteostus	4,43**	4,27**	4,39	4,37	4,54**	4,33**	4,29**	4,32	4,39	4,42	4,37*	4,33*	4,48*	4,36	4,42
Kaunis maailm	4,30**	4,48**	4,24**	4,47**	4,20**	4,35**	4,56**	4,34	4,38	4,34	4,42*	4,33*	4,27*	4,38	4,33
Võrdsus	4,15**	4,50**	4,20**	4,33**	4,20**	4,21**	4,44**	4,39**	4,29**	4,04**	4,39**	4,20**	3,99**	4,29	4,21
Meeldiv elu	4,32**	4,03**	4,19	4,24	4,38**	4,12**	4,21**	4,33**	4,23**	4,06**	4,23	4,16	4,26	4,19	4,28
Mugav elu	4,08**	4,44**	4,13**	4,26**	4,30*	4,17*	4,14*	4,25**	4,25**	4,02**	4,26*	4,16*	4,13*	4,26**	4,05**
Tehnika areng	4,14**	4,28**	4,29**	4,10**	4,13	4,18	4,26	4,16	4,18	4,24	4,18	4,22	4,16	4,21	4,13
Jõukus	4,12	4,15	4,12	4,15	4,22*	4,08*	4,13*	4,19	4,15	4,05	4,18*	4,08*	4,07*	4,16	4,08
Huvitav elu	4,01**	4,27**	4,07	4,12	4,34**	4,06**	3,89**	4,06	4,11	4,08	4,11	4,05	4,07	4,11	4,06
Ühiskondlik tunnustus	3,77**	4,11**	3,85	3,91	3,93	3,85	3,89	3,94	3,90	3,79	3,93	3,87	3,77	3,91	3,82
Lunastus	3,40**	3,96**	3,44**	3,72**	3,40**	3,61**	3,78**	3,56	3,59	3,61	3,69**	3,57**	3,40**	3,66**	3,42**
Võimu omamine	3,09**	2,63**	3,05**	2,83**	3,32**	2,85**	2,64**	3,06*	2,86*	3,01*	2,84**	2,92**	3,15**	2,88**	3,06**

** Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,01$.
* Keskmised erinevad võrreldavates rühmades olulisuse nivool $p \leq 0,05$.
Kahe võrreldava rühma puhul on kasutatud sõltumatute rühmade t-testi, kolme võrreldava rühma puhul kombineeritud ANOVA-t.

Lisatabel 2.2. Väärtuste olulisusjärjekord eesti- ja venekeelsete vastajate seas (1991–2003)

Keskmiste alusel

	Eestikeelsed vastajad						Venekeelsed vastajad					
	1991 (N = 962)		**1995** (N = 899)		**2003** (N = 967)		**1991** (N = 592)		**1995** (N = 486)		**2003** (N = 497)	
1.	Tervis	4,77	Tervis	4,86	Tervis	4,84	Tervis	4,42	Tervis	4,87	Tervis	4,86
2.	Rahu maailmas	4,68	▲Tugev perekond	4,78	▲Tugev perekond	4,79	Puhas keskkond	4,25	Rahu maailmas	4,81	Tugev perekond	4,82
3.	Puhas keskkond	4,68	Rahu maailmas	4,76	Rahu maailmas	4,69	Rahu maailmas	4,24	Tugev perekond	4,80	Rahu maailmas	4,79
4.	Riigi julgeolek	4,66	Riigi julgeolek	4,74	Puhas keskkond	4,69	Tugev perekond	4,16	Õnn	4,69	Puhas keskkond	4,69
5.	▲Tugev perekond	4,62	Ausus	4,69	Riigi julgeolek	4,67	▼Õiglus	4,12	▼Õiglus	4,63	Õnn	4,68
6.	Ausus	4,58	▲Õnn	4,67	▲Õnn	4,66	Riigi julgeolek	4,04	Puhas keskkond	4,62	▲Tõeline sõprus	4,62
7.	▼Õiglus	4,57	Puhas keskkond	4,66	Ausus	4,66	Õnn	4,04	▲Tõeline sõprus	4,62	▲Sisemine harmoonia	4,62
8.	Vabadus	4,48	▲Tõeline sõprus	4,64	▲Tõeline sõprus	4,63	▼Võrdsus	4,03	▲Sisemine harmoonia	4,61	Riigi julgeolek	4,60
9.	▼Tehnika areng	4,41	Sisemine harmoonia	4,63	Vabadus	4,61	Ausus	4,01	Ausus	4,53	Vabadus	4,59
10.	▼Tarkus	4,39	▼Õiglus	4,62	Sisemine harmoonia	4,58	▼Tehnika areng	4,00	Riigi julgeolek	4,52	Ausus	4,55
11.	Sisemine harmoonia	4,33	Armastus	4,62	▲Eneseaustus	4,58	Vabadus	3,95	Armastus	4,52	▼Võrdsus	4,50
12.	▲Tõeline sõprus	4,32	Vabadus	4,55	Armastus	4,58	▲Tõeline sõprus	3,94	Vabadus	4,50	Eneseaustus	4,48
13.	Armastus	4,31	▼Tarkus	4,50	▼Õiglus	4,56	▲Sisemine harmoonia	3,87	Eneseaustus	4,45	▲Tarkus	4,48
14.	▲Õnn	4,30	▲Eneseaustus	4,48	▼Tarkus	4,54	Eneseaustus	3,85	▲Tarkus	4,43	Kaunis maailm	4,48
15.	Eneseteostus	4,25	Meeldiv elu	4,48	Eneseteostus	4,43	Armastus	3,84	Kaunis maailm	4,43	▼Õiglus	4,44
16.	▲Eneseaustus	4,22	Eneseteostus	4,46	Meeldiv elu	4,32	Kaunis maailm	3,83	▼Võrdsus	4,25	▲Mugav elu	4,44
17.	Kaunis maailm	4,17	Kaunis maailm	4,42	Kaunis maailm	4,30	▲Tarkus	3,80	Eneseteostus	4,24	Armastus	4,32
18.	Meeldiv elu	3,64	Mugav elu	4,13	▲Võrdsus	4,15	Eneseteostus	3,75	Meeldiv elu	4,15	▼Tehnika areng	4,28
19.	Mugav elu	3,56	▼Tehnika areng	3,99	▼Tehnika areng	4,14	Jõukus	3,70	Jõukus	4,00	Eneseteostus	4,27
20.	▼Lunastus	3,55	▲Võrdsus	3,91	Jõukus	4,12	Huvitav elu	3,60	Huvitav elu	4,00	Huvitav elu	4,27
21.	Huvitav elu	3,54	Huvitav elu	3,81	Mugav elu	4,08	▼Lunastus	3,39	▼Lunastus	3,87	Jõukus	4,15
22.	Jõukus	3,54	Jõukus	3,78	Huvitav elu	4,01	Ühiskondlik tunnustus	3,28	▼Tehnika areng	3,86	Ühiskondlik tunnustus	4,11
23.	▲Võrdsus	3,51	Ühiskondlik tunnustus	3,69	Ühiskondlik tunnustus	3,77	▲Mugav elu	3,14	▲Mugav elu	3,79	Meeldiv elu	4,03
24.	Ühiskondlik tunnustus	3,50	▼Lunastus	3,46	▼Lunastus	3,40	Meeldiv elu	2,98	Ühiskondlik tunnustus	3,79	▼Lunastus	3,96
25.	Võimu omamine	2,69	Võimu omamine	2,94	Võimu omamine	3,09	Võimu omamine	2,64	Võimu omamine	2,38	Võimu omamine	2,63

▲ – tõusik väärtusjärjestuses vähemalt kolm kohta, ▼ – langek väärtusjärjestuses vähemalt kolm kohta

Allikas 1991. ja 1995. a kohta: projekt Balticom

Lisatabel 2.3. Väärtuste faktoranalüüsi 5-faktoriline lahend

Peakomponentide meetod, varimaks pööramine

	F1: Isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal	F2: Keskkond ja füüsiline heaolu	F3: Hingeline tasakaal	F4: Materiaalne kindlustatus ja heaolu	F5: Enese-kehtestamine
Eneseaustus	**0,66**		0,18	0,16	0,19
Õnn	**0,63**	0,14		0,46	
Ausus	**0,62**	0,28	0,30		
Armastus	**0,62**		-0,14	0,12	0,27
Tarkus	**0,59**	0,24	0,23		0,18
Tugev perekond	**0,55**	0,33	0,16	0,22	
Eneseteostus	**0,55**				0,49
Tõeline sõprus	**0,55**	0,17	0,19		0,11
Õiglus	**0,54**	0,16	0,28		0,18
Meeldiv elu	**0,54**			0,51	0,20
Riigi julgeolek	**0,46**	0,35	0,24	0,16	
Vabadus	**0,45**	0,19	0,18	0,28	0,12
Sisemine harmoonia	**0,45**	0,23	0,39	0,14	
Puhas keskkond	0,22	**0,79**			
Tervis	0,23	**0,78**		0,15	
Tehnika		**0,53**	0,14	0,14	0,42
Rahu maailmas	0,29	**0,52**	0,28	0,22	-0,17
Lunastus	0,12		**0,78**		0,17
Võrdsus	0,20		**0,57**	0,32	-0,12
Kaunis maailm	0,30	0,40	**0,53**		
Mugav elu		0,25	0,13	**0,73**	0,20
Jõukus		0,11		**0,70**	0,26
Võimu omamine				0,17	**0,72**
Ühiskondlik tunnustus	0,27		0,47	0,14	**0,52**
Huvitav elu	0,19	0,19	0,14	0,29	**0,50**

Paksu kirjaga on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

Lisatabel 3.1. Identiteedi tunnuste faktoranalüüsi 6-faktoriline lahend

Peatelgede meetod, varimaks pööramine

	F1: Võrgustikuline ühtekuuluvus	**F2:** Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega	**F3:** Vaimne ühtekuuluvus	**F4:** Globaalne ühtekuuluvus	**F5:** Samastumine edukatega	**F6:** Samastumine idaeurooplastega
Sõbrad	**0,62**	0,03	0,22	0,08	0,03	0,09
Perekond	**0,59**	0,04	0,15	0,03	-0,00	0,03
Suguvõsa	**0,56**	0,14	0,14	0,07	0,03	0,18
Töökaaslased, kolleegid	**0,55**	0,19	0,15	0,10	0,09	-0,03
Eestlased	**0,49**	0,10	0,04	0,20	0,14	-0,36
Õpingukaaslased	**0,47**	0,01	0,16	0,28	0,03	0,11
Tööinimesed	0,16	**0,53**	0,21	0,06	0,21	0,01
Tavalised inimesed, reakodanikud	0,12	**0,52**	0,24	0,10	0,09	0,15
Oma linna, valla, maakoha elanikud	0,28	**0,49**	0,12	0,25	0,07	0,08
Vaesed, eluraskusi tundvad inimesed	-0,07	**0,48**	0,15	-0,02	0,24	0,12
Naabrid, oma maja, tänava inimesed	0,41	**0,44**	0,09	0,07	0,04	0,02
Minu ea- ja põlvkonnakaaslased	0,23	**0,41**	0,30	0,13	-0,00	0,14
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	0,04	**0,39**	0,06	0,15	-0,00	0,19
Need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud	0,15	**0,35**	0,16	0,28	0,09	0,11
Inimesed, kellel elus ei vea	-0,08	**0,30**	0,07	0,05	0,21	0,14
Inimesed, kellega mul on ühised huvid	0,29	0,15	**0,63**	0,10	0,06	0,04
Inimesed, kelle vaated elule on minu omadega sarnased	0,19	0,20	**0,59**	0,09	0,10	0,04
Inimesed, kellega mul on üks maitse, sarnased eelistused	0,18	0,19	**0,56**	0,17	0,12	0,02
Inimesed, kellega jagan ühiseid elamusi, mälestusi mingitest sündmustest või ettevõtmistest	0,24	0,23	**0,54**	0,10	-0,00	0,04
Eurooplased	0,08	0,10	0,09	**0,64**	0,12	0,03
Põhjamaalased	0,18	0,07	0,12	**0,61**	0,15	-0,07
Inimkond	0,13	0,25	0,13	**0,43**	0,05	0,20
Väliseestlased	0,21	0,11	0,09	**0,26**	0,20	-0,15
Jõukad, majanduslikult kindlustatud inimesed	0,03	0,07	0,02	0,12	**0,62**	0,09
Ärimehed, ettevõtjad, omanikud	0,08	0,09	-0,01	0,08	**0,60**	0,04

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 3.1. Identiteedi tunnuste faktoranalüüsi 6-faktoriline lahend

	F1: Võrgustikuline ühtekuuluvus	F2: Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega	F3: Vaimne ühtekuuluvus	F4: Globaalne ühtekuuluvus	F5: Samastumine edukatega	F6: Samastumine idaeurooplastega
Inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad	0,04	0,26	0,22	0,17	**0,38**	0,07
Edukad inimesed	0,07	0,17	0,21	0,09	**0,37**	0,23
Venemaa venelased	0,06	0,12	0,05	-0,04	0,08	**0,53**
Eesti venelased	0,11	0,26	0,02	0,01	0,10	**0,49**
Endised sotsialismileeri inimesed, idaeurooplased	0,02	0,12	0,03	0,19	0,19	**0,33**

Paksu kirjaga on esile tõstetud suurim faktorlaadung vastava tunnuse osas.

Lisatabel 3.2. Identiteedi tunnuste faktorkuuluvus (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

6-faktorilised lahendid peatelgede meetodil telgede varimaks pööramisega; märgitud tunnuse faktorkuuluvus (faktori number)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus			Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–29	30–54	55–74	Põhi	Kesk	Kõrg
Õpingukaaslased	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Perekond	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Sõbrad	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Suguvõsa	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Töökaaslased, kolleegid	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Eestlased	1	2	6	1	1	5	1	1	2	1	1
Naabrid, oma maja, tänava inimesed	2	3	2	2	1	1	1	1	3	2	1
Minu ea- ja põlvkonnakaaslased	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2
Kõik inimesed, kes Eestis elavad	2	3	2	2	2	5	2	5	5	2	4
Need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud	2	3	2	2	2	2	4	2	3	2	4
Oma linna, valla, maakoha elanikud	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3
Tööinimesed	2	3	2	2	2	6	2	2	3	2	3
Inimesed, kellel elus ei vea	2	6	2	4	2	6	2	5	6	2	5
Tavalised inimesed, reakodanikud	2	6	2	2	2	2	2	2	5	2	2

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 3.2. Identiteedi tunnuste faktorkuuluvus (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus			Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–29	30–54	55–74	Põhi	Kesk	Kõrg
Vaesed, eluraskusi tundvad inimesed	2	6	2	4	2	6	2	2	6	2	2
Inimesed, kellega mul on üks maitse, sarnased eelistused	3	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2
Inimesed, kelle vaated elule on minu omadega sarnased	3	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2
Inimesed, kellega jagan ühiseid elamusi, mälestusi mingitest sündmustest või ettevõtmistest	3	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2
Inimesed, kellega mul on ühised huvid	3	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2
Eurooplased	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4	4
Inimkond	4	5	4	2	3	2	4	4	4	4	4
Põhjamaalased	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4
Väliseestlased	4	5	4	5	3	-6	5	4	4	4	1
Inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad	5	4	2	4	5	4	5	2	1	5	5
Edukad inimesed	5	4	3	4	6	4	5	5	1	5	5
Ärimehed, ettevõtjad, omanikud	5	4	5	4	5	4	5	6	3	5	5
Jõukad, majanduslikult kindlustatud inimesed	5	5	5	4	5	4	5	6	4	5	5
Eesti venelased	6	3	1	6	6	6	6	5	5	6	6
Venemaa venelased	6	4	6	6	6	6	6	5	5	6	6
Endised sotsialismileeri inimesed, idaeurooplased	6	5	4	6	6	2	6	5	5	6	6

Lisatabel 3.3. Identiteedi faktorgruppidesse kuuluvus rahvarühmades

Vastajate, kelle faktortunnuse väärtus vastavas identiteedi faktoris oli > 0, osakaal (%) rühmas

	F1: Võrgustikuline ühtekuuluvus	**F2:** Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega	**F3:** Vaimne ühtekuuluvus	**F4:** Globaalne ühtekuuluvus	**F5:** Samastumine edukatega	**F6:** Samastumine idaeurooplastega
Ankeedi keel						
Eesti	61	48	52	53	54	31
Vene	30	54	46	44	42	86
Sugu						
Mehed	53	47	45	54	54	50
Naised	48	53	55	47	46	50
Kodakondsus						
Eesti	55	49	50	52	52	42
Vene	21	58	48	41	48	84
Muu	14	57	46	48	36	95
Kodakondsuseta	39	52	56	43	38	88
Vanus						
15–19	54	35	51	57	33	53
20–29	56	40	46	60	50	53
30–44	50	46	47	49	53	53
45–54	53	58	55	49	55	52
55–64	49	57	53	39	49	43
65–74	35	66	52	48	50	43
Haridus						
Alg, põhi	47	59	48	47	47	45
Kesk	50	51	51	49	50	51
Kõrg	52	38	49	58	54	53

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 3.3. Identiteedi faktorgruppidesse kuuluvus rahvarühmades						
	F1: Võrgustikuline ühtekuuluvus	**F2:** Ühtekuuluvus sarnast positsiooni ja (tegevus)ruumi omavate inimestega	**F3:** Vaimne ühtekuuluvus	**F4:** Globaalne ühtekuuluvus	**F5:** Samastumine edukatega	**F6:** Samastumine idaeurooplastega
Kuusissetulek pereliikme kohta						
Kuni 1500	45	57	51	48	53	53
1501–2500	48	56	52	46	45	51
2501–4000	54	42	48	50	50	45
4001–6000	60	40	52	61	55	44
Üle 6000	60	36	46	60	55	54
Asulatüüp						
Pealinn	45	42	52	57	51	57
Suur linn	40	50	51	43	47	61
Muu linn	52	56	48	47	47	53
Alevik, küla	60	54	49	50	53	33
Kas pooldate Eesti astumist Euroopa Liitu?						
Pooldan	54	48	50	58	52	48
Ei poolda	49	54	50	45	49	49
Ei oska öelda, ei tea	44	50	50	42	47	55
Kumb sõna ja mil määral kirjeldab Teie tundeid Euroopa Liidu suhtes?						
Oma	52	50	52	63	56	47
Ei see ega teine	53	51	51	51	50	49
Võõras	53	47	55	48	50	51
Kumb sõna ja mil määral kirjeldab Teie tundeid Eesti riigi suhtes?						
Oma	58	48	52	57	51	46
Ei see ega teine	43	52	49	44	51	53
Võõras	42	53	56	36	51	76

Lisatabel 5.1. Liikuvuse üldtunnused (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Isiklik välismaa-kogemus																	
Puudub	16	13	22	20	17	10	10	22	29	27	15	6	22	16	13	12	5
Suur + väga suur	31	37	21	15	27	36	40	33	26	13	28	59	16	26	42	54	65
Eesti-sisene liikuvus																	
Puudub + väga vähene	17	9	31	16	9	13	17	20	33	22	17	10	21	18	15	7	6
Suur + väga suur	32	43	13	39	41	40	30	23	12	24	31	42	23	28	33	55	67
Kas olete viimase 5 aasta jooksul käinud välismaal?																	
Mitu korda aastas	13	12	16	19	18	18	12	5	3	9	12	22	8	11	13	20	45
Mõned korrad	20	19	22	34	20	22	21	14	9	14	19	28	13	18	24	32	26
Üks-kaks korda	29	29	17	27	35	27	26	29	26	22	30	31	28	27	37	27	18
Ei ole käinud	38	39	35	19	27	32	40	51	61	55	38	18	50	45	26	20	9
Kas tahaksite Eestist lahkuda, püsivalt mujale elama asuda?																	
Jah	9	7	13	22	19	7	4	4	2	11	10	5	10	8	10	9	5
Ei	66	70	59	32	47	63	76	83	94	64	65	72	64	71	65	67	65
Võib-olla, raske öelda	24	22	28	46	34	27	20	13	4	24	25	23	25	21	26	23	28

Lisatabel 5.2. Kokkupuuted ja kontaktid eri maadega (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Läti – On seal käinud	65	73	49	49	61	72	73	65	54	50	66	77	59	64	70	74	74
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	11	8	17	12	10	14	11	7	8	9	9	19	9	9	13	14	21
Leedu – On seal käinud	52	60	40	35	46	63	65	53	36	40	53	69	42	54	57	69	70
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	6	4	9	3	6	8	5	1	6	3	5	10	4	6	5	9	13
Venemaa – On seal käinud	56	64	43	41	48	64	64	59	50	44	56	70	49	56	62	67	68
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	35	13	76	38	34	39	37	31	27	25	37	43	37	33	35	32	32
Valgevene, Ukraina – On seal käinud	31	30	33	12	22	34	44	34	29	18	30	49	24	28	39	41	39
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	14	4	34	14	17	17	12	10	11	12	15	17	14	14	17	11	9
Taga-Kaukaasia – On seal käinud	17	18	15	1	4	18	25	30	23	9	17	29	10	20	23	22	23
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	1	1	3	3	1	1	2	0	4	3	1	1	1	2	2	1	1
Kesk-Aasia – On seal käinud	11	12	10	2	3	11	18	20	10	6	9	21	8	10	15	11	22
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	3	0	5	1	2	2	1	2	4	3	1	4	2	2	3	1	1
Soome – On seal käinud	39	49	24	46	43	41	42	34	31	25	39	58	29	35	47	59	61
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	20	24	13	18	25	25	20	15	13	16	19	28	14	17	24	31	36
Rootsi – On seal käinud	28	35	17	30	35	29	28	24	19	16	27	47	17	23	36	50	56
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	12	16	5	11	14	14	11	9	10	10	10	20	8	11	14	18	24
Taani, Norra – On seal käinud	14	17	10	9	16	16	17	14	9	4	14	27	8	11	18	28	35
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	6	6	4	5	8	6	5	3	4	5	5	7	4	5	7	6	9
Poola, Ungari – On seal käinud	22	25	15	21	21	27	21	20	17	10	21	39	12	19	29	32	45
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	3	2	5	3	3	4	1	3	2	3	3	5	3	3	2	5	4
Bulgaaria, Rumeenia – On seal käinud	8	8	7	1	2	7	15	11	6	3	7	14	5	6	10	10	12
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	2	0
Endine Jugoslaavia – On seal käinud	3	3	3	0	3	4	3	4	6	1	2	8	0	1	2	2	1
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	1	0	1	0	1	0	1	0	1	2	0	2	0	1	2	2	1
Saksamaa – On seal käinud	24	28	17	17	24	26	29	20	20	11	24	38	16	18	32	36	45
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	14	11	19	17	20	16	11	9	8	9	13	22	10	12	17	21	24

Jätkub

JÄRG: Lisatabel 5.2. Kokkupuuted ja kontaktid eri maadega (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades)

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Holland, Belgia – On seal käinud	8	10	5	4	7	10	10	8	8	2	7	19	4	7	8	19	26
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	4	3	2	1	5	4	3	1	2	2	2	8	1	2	4	6	11
Suurbritannia – On seal käinud	7	7	6	1	8	8	6	8	8	3	6	16	3	6	8	11	21
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	7	6	7	9	12	7	5	2	2	4	2	3	3	6	10	7	15
Prantsusmaa – On seal käinud	9	10	7	4	7	11	9	10	9	2	8	18	4	8	11	16	19
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	3	3	4	2	5	4	1	1	2	2	3	5	2	2	4	3	9
Hispaania, Portugal – On seal käinud	7	7	6	4	5	10	6	8	7	3	5	15	4	6	11	9	19
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	2	3	2	2	4	3	2	1	3	4	6	10	1	1	3	4	10
Itaalia, Kreeka, Türgi – On käinud	9	10	9	4	9	14	9	7	7	2	9	20	5	9	13	12	27
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	3	2	3	2	5	3	0	2	3	2	3	4	2	2	3	2	4
Lähis-Ida – On seal käinud	2	1	4	0	3	3	2	2	2	2	2	4	1	1	2	3	11
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	2	1	4	1	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2
Aafrika – On seal käinud	3	3	4	0	4	5	2	2	5	1	4	5	1	3	5	3	10
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
USA, Kanada – On seal käinud	5	5	4	1	5	5	5	2	5	2	3	10	1	3	5	8	17
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	14	15	14	21	21	12	14	8	12	10	13	24	12	14	15	22	19
Ladina-Ameerika – On seal käinud	1	1	1	0	1	2	2	1	2	0	2	2	1	1	2	0	3
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	2	1	2	1	3	0	1	1	2	2	0	3	1	2	2	0	5
Hiina, Jaapan – On seal käinud	2	2	2	0	1	2	2	2	1	1	1	3	0	1	2	2	9
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	2	2	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	1	3	2	3	2
Austraalia – On seal käinud	1	1	1	2	2	0	2	1	0	1	1	2	1	1	1	0	4
Sugulased, sõbrad, töö- ja ärisidemed	4	5	3	7	6	3	3	1	5	4	3	4	3	5	5	5	3

Lisatabel 5.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Läti – Väga huvitab	16	16	15	7	14	20	18	15	13	12	13	26	14	14	15	18	28
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	77	82	68	62	80	83	77	82	67	68	77	87	74	77	77	82	84
Leedu – Väga huvitab	15	15	16	4	14	19	16	15	15	12	13	24	14	15	14	17	28
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	75	80	67	59	77	82	76	79	63	65	76	84	72	77	75	79	83
Venemaa – Väga huvitab	42	30	64	40	43	46	45	34	38	30	42	55	42	41	42	44	47
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	88	85	93	83	89	91	89	86	82	81	88	95	86	88	89	89	93
Valgevene, Ukraina – Väga huvitab	11	5	22	6	10	13	14	11	8	9	10	16	12	10	12	10	10
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	55	48	72	36	47	64	65	55	49	47	56	65	53	57	57	56	58
Gruusia, Armeenia – Väga huvitab	5	3	7	6	3	5	5	5	4	6	4	6	5	4	5	4	9
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	45	42	49	29	35	49	56	50	38	35	43	59	42	45	44	52	49
Kesk-Aasia – Väga huvitab	4	3	6	3	3	5	4	5	2	5	3	4	4	3	4	4	5
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	37	34	43	22	30	41	47	39	30	32	35	46	35	37	35	43	36
Soome – Väga huvitab	25	30	15	17	24	24	27	24	29	18	22	38	19	23	28	35	35
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	82	88	72	79	82	87	81	81	73	77	82	89	80	82	83	90	84
Rootsi – Väga huvitab	22	27	13	17	22	22	23	21	25	18	19	36	16	21	25	31	33
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	77	84	65	75	80	83	76	72	66	71	76	87	74	76	78	84	88
Taani, Norra – Väga huvitab	17	21	9	15	18	17	19	16	16	12	15	27	12	15	19	28	28
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	68	75	53	65	70	73	69	64	57	57	67	81	60	68	71	75	84
Poola, Ungari – Väga huvitab	5	6	5	4	4	8	4	5	5	3	4	11	4	5	7	7	10
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	51	54	49	37	48	59	60	53	42	39	51	70	47	51	54	61	64
Bulgaaria, Rumeenia – Väga huvitab	2	1	3	1	1	3	2	1	2	2	1	3	2	1	3	2	3
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	39	38	41	24	30	46	49	43	30	33	37	51	37	37	41	43	43
Endine Jugoslaavia – Väga huvitab	3	3	4	4	2	5	3	1	3	3	3	5	3	3	4	4	3
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	43	44	42	33	41	47	52	40	36	36	43	53	42	41	44	52	47
Saksamaa – Väga huvitab	20	21	17	24	22	18	23	15	19	16	18	27	17	19	21	28	27
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	77	80	71	77	78	80	81	75	63	64	77	88	71	79	79	83	83

Jätkub

JÄRG: Lisatabel 5.3. Huvi uudiste vastu teistest maadest (keele-, vanuse-, haridus- ja sissetulekurühmades)

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Haridus			Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Holland, Belgia – Väga huvitab	7	8	5	8	10	7	6	5	6	5	6	10	5	6	9	12	14
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	55	60	48	46	56	60	64	54	42	44	54	72	49	57	57	68	68
Suurbritannia – Väga huvitab	17	19	11	26	20	16	14	11	15	14	15	24	12	17	21	22	25
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	66	70	58	72	68	71	69	60	49	54	66	82	60	64	71	77	80
Prantsusmaa – Väga huvitab	11	12	9	14	13	11	11	7	10	8	10	16	9	10	14	17	13
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	62	65	58	62	63	67	70	57	48	50	63	76	56	62	67	72	71
Hispaania, Portugal – Väga huvitab	6	7	6	15	8	6	5	4	4	7	6	6	6	5	9	8	8
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	51	53	48	52	52	57	58	48	38	43	50	67	47	52	56	60	61
Itaalia, Kreeka – Väga huvitab	9	8	10	16	10	9	7	5	6	8	7	11	8	7	12	8	6
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	58	59	56	55	58	64	66	51	40	45	58	70	53	57	61	63	66
Lähis-Ida – Väga huvitab	9	8	10	12	11	9	8	8	7	8	8	12	9	7	11	10	13
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	52	53	49	38	50	58	61	53	40	37	54	64	51	48	54	66	51
Aafrika – Väga huvitab	4	4	3	5	7	4	3	2	2	6	3	3	4	3	5	3	7
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	40	42	35	40	41	41	44	40	28	36	40	43	39	38	40	43	42
USA, Kanada – Väga huvitab	19	21	15	30	22	18	15	16	15	17	17	27	17	18	24	20	23
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	76	80	68	86	83	77	74	71	59	67	76	86	72	74	79	85	80
Ladina-Ameerika – Väga huvitab	5	6	4	18	7	4	3	3	2	10	4	4	6	4	6	4	7
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	46	49	42	50	43	51	52	43	35	43	45	55	45	45	51	48	48
Hiina, Jaapan – Väga huvitab	8	8	8	14	9	8	5	7	8	9	7	10	8	7	11	7	6
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	54	57	50	50	54	59	61	52	42	43	54	66	51	52	58	81	58
Austraalia – Väga huvitab	6	8	4	8	9	6	5	5	4	7	6	6	4	7	8	8	6
Väga huvitab + mõnevõrra huvitab	51	56	43	55	47	53	57	48	39	46	49	61	48	50	51	56	54

Lisatabel 5.4. Avatus teistele kultuuridele (keele-, vanuse- ja sissetulekurühmades)

Kuivõrd lähedased, arusaadavad tunduvad Teile järgmised kultuurid?; vastajate % rühmast

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Ameerika (USA) – Suurel määral	8	9	6	19	13	6	5	4	2	6	6	10	8	12
Suurel määral + mõnevõrra	51	56	43	72	55	49	53	45	35	46	47	58	58	58
Hispaania – Suurel määral	3	3	3	6	4	4	3	2	1	3	2	4	4	10
Suurel määral + mõnevõrra	33	36	29	44	37	32	38	26	24	26	31	39	43	52
India – Suurel määral	3	2	4	4	4	1	4	2	2	2	2	3	5	4
Suurel määral + mõnevõrra	25	22	28	23	25	27	30	18	20	22	24	25	26	28
Inglise – Suurel määral	11	12	8	23	15	9	9	6	6	8	10	13	15	15
Suurel määral + mõnevõrra	57	62	47	70	65	58	60	46	40	48	54	64	69	81
Islamimaade – Suurel määral	2	2	1	4	2	1	1	0	1	1	1	2	2	4
Suurel määral + mõnevõrra	16	18	12	18	16	17	18	13	10	13	16	18	12	26
Jaapani – Suurel määral	3	3	4	6	5	2	4	2	1	2	3	4	1	10
Suurel määral + mõnevõrra	26	28	25	29	26	25	34	25	20	22	26	32	23	40
Juudi – Suurel määral	2	1	3	2	2	1	3	0	1	1	3	1	3	0
Suurel määral + mõnevõrra	20	17	24	17	20	21	24	17	14	18	19	20	21	26
Ladina-Ameerika – Suurel määral	2	2	2	6	2	2	3	2	0	2	2	2	2	4
Suurel määral + mõnevõrra	24	25	22	37	25	25	25	19	16	21	22	30	25	33
Läti – Suurel määral	8	10	4	6	7	11	8	5	7	5	9	9	8	18
Suurel määral + mõnevõrra	56	65	39	49	49	58	60	58	55	53	57	57	64	65
Prantsuse – Suurel määral	5	5	6	4	6	5	8	2	5	3	5	6	9	11
Suurel määral + mõnevõrra	43	44	41	47	49	43	47	34	36	34	41	51	53	59
Rootsi – Suurel määral	8	10	5	7	12	10	6	6	7	6	8	9	11	18
Suurel määral + mõnevõrra	52	61	34	49	55	58	55	48	38	41	51	57	68	79
Saksa – Suurel määral	13	14	11	14	17	12	13	10	12	10	12	14	20	25
Suurel määral + mõnevõrra	61	65	54	64	65	61	66	54	53	53	61	66	69	82
Soome – Suurel määral	15	19	8	18	18	15	14	13	16	10	15	17	21	33
Suurel määral + mõnevõrra	65	76	47	61	64	67	71	64	64	59	64	69	78	83

Jätkub

JÄRG: Lisatabel 5.4. Avatus teistele kultuuridele (keele-, vanuse- ja sissetulekurühmades)

	Kogu-valim	Keel		Vanus						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Eesti	Vene	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Tšehhi – Suurel määral	2	2	2	3	2	3	2	0	0	1	1	2	1	6
Suurel määral + mõnevõrra	25	26	23	23	24	27	29	20	21	18	26	27	28	40
Ukraina – Suurel määral	7	3	16	4	9	8	6	9	6	9	9	5	3	6
Suurel määral + mõnevõrra	37	28	57	26	36	43	42	39	32	39	39	39	32	38
Ungari – Suurel määral	3	3	2	1	2	4	4	1	2	2	4	2	1	6
Suurel määral + mõnevõrra	27	30	22	20	21	28	38	27	25	21	29	29	34	41
Valgevene – Suurel määral	6	1	14	2	4	6	8	7	5	8	7	2	3	2
Suurel määral + mõnevõrra	33	22	51	23	28	40	37	30	25	32	33	35	28	30
Vene – Suurel määral	24	12	47	28	25	23	23	24	24	25	25	25	18	22
Suurel määral + mõnevõrra	76	70	88	71	74	80	78	73	75	73	79	78	78	82

Lisatabel 5.6. Personaalne rahvusvaheline ruum 1990. aastate keskel

	Maad, kus käidud vähemalt kord elus 1994 (%)*		Majutatud välisturistid 1997 (%)		Telefonikõned Eestist välja 1995 (%)		Kirjad Eestist välja 1995 (%)		Huvi uudiste vastu teistest maadest 1994 (%**)		Maad, kuhu tahaks elama asuda *** 1994 (%)		Personaalsete kontaktide tugevuse indeks (max 60 punkti)	
1.	Venemaa	70	Soome	63	Soome	29	Soome	23	Venemaa	80	Venemaa	30	Soome	51
2.	Läti	63	Rootsi	6	Venemaa	26	Rootsi	13	Läti	68	Saksamaa	12	Venemaa	49
3.	Leedu	53	Saksamaa	5	Rootsi	8	USA	11	Leedu	67	Soome	10	Rootsi	42
4.	Ukraina	39	Läti	3	Ukraina	5	Saksamaa	11	Soome	58	Rootsi	10	Saksamaa	39
5.	Soome	20	Suurbritannia	3	Saksamaa	5	Venemaa	8	USA	57	USA	6	Läti	35
6.	Saksamaa	12	USA	3	Läti	5	Suurbritannia	4	Rootsi	52	Ukraina	4	USA	28
7.	Rootsi	11	Venemaa	2	Leedu	3	Taani	3	Saksamaa	51	Kanada	3	Leedu	25
8.	**Poola**	11	Leedu	2	USA	3	Läti	3	Ukraina	42	Suurbritannia	2	Ukraina	23
9.	**Ungari**	5	Taani	2	Taani	2	Leedu	2	Suurbritannia	35	Läti	2	Suurbritannia	16
10.	Taani	3	Norra	1	Valgevene	2	Ukraina	2	Norra	30	Taani	1	Taani	10

* Esindusliku küsitluse andmed, elanikkond vanuses 15–74. ** *Väga huvitatud* + *Üldiselt huvitatud* vastanute osakaal.
*** Maad, mida oma eelistusena märkisid need, kes on mõelnud Eestist lahkumisele (14% küsitletutest).
Halli taustaga on esile tõstetud endise Nõukogude Liidu alal asuvad riigid; paksus kirjas on endised sotsialismimaad.

Allikad: Eesti Statistikaamet, Eesti Telefon, Eesti Post, TÜ ajakirjanduse osakond (projekt Balticom)

Lisatabel 5.7. Personaalne rahvusvaheline ruum 2002–2003

	Maad, kus käidud vähemalt kord elus 2003 (%)		Majutatud välisturistid 2002 (%)		Telefonikõned Eestist välja 2002 (%)		Kirjad Eestist välja 2002 (%)		Huvi uudiste vastu teistest maadest * 2003 (%)		Maad, kuhu tahaks elama asuda ** 2003 (%)		Personaalsete kontaktide tugevuse indeks (max 60 punkti)	
1.	Läti	65	Soome	62	Venemaa	22	Soome	25	Venemaa	42	Saksamaa	24	Soome	52
2.	Venemaa	56	Rootsi	6	Soome	22	Saksamaa	10	Soome	25	USA	15	Venemaa	47
3.	Leedu	52	Saksamaa	6	Rootsi	8	Rootsi	10	Rootsi	22	Rootsi	11	Saksamaa	45
4.	Soome	39	Venemaa	4	Saksamaa	7	USA	9	Saksamaa	20	Soome	9	Rootsi	36
5.	Ukraina	31	Suurbritannia	3	Läti	6	Venemaa	8	USA	19	Kanada	8	USA	29
6.	Rootsi	28	Läti	3	Ukraina	4	Suurbritannia	6	Taani, Norra	17	Venemaa	7	Läti	28
7.	Saksamaa	24	Venemaa	2	USA	4	Läti	4	Suurbritannia	17	Itaalia	7	Suurbritannia	20
8.	**Poola**	22	Norra	2	Suurbritannia	4	Leedu	3	Läti	16	Hispaania	7	Leedu	16
9.	Armeenia, Gruusia	17	USA	2	Leedu	3	Taani	3	Leedu	15	Suurbritannia	6	Ukraina	11
10.	Taani, Norra	14	Taani	1	Taani	3	Norra	3	Prantsusmaa	11	Prantsusmaa	6	Taani	11

* Väga huvitatute osakaal. ** Maad, mida oma eelistusena märkisid need, kes tahaksid Eestist lahkuda (9% küsitletutest).
Halli taustaga on esile tõstetud endise Nõukogude Liidu alal asuvad riigid; paksus kirjas on endised sotsialismimaad.

Allikad: Eesti Statistikaamet, Eesti Telefon, Eesti Post

Lisatabel 6.1. Tegevuste iseärasused elulaadi tüüpides

Tegevuste harrastamise 4-pallise sagedusskaala keskmised (1 – üldse mitte, 2 – väga harva, 3 – mõnikord, 4 – sageli, regulaarselt)

	Keskmine	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Kui sageli Te käite kinos?	1,99	2,75	2,40	2,68	1,68	2,65	1,56	1,90	1,24
Kui sageli Te käite teatris?	2,14	2,78	2,88	2,08	1,96	2,11	2,17	2,17	1,31
Kui sageli Te käite näitustel?	2,03	2,68	2,71	2,07	1,92	1,85	2,07	2,11	1,19
Kui sageli Te käite raamatukogus?	2,45	3,24	2,97	2,23	2,01	2,51	2,61	2,67	1,66
Kui sageli Te käite kontserdil?	2,35	3,06	2,92	2,59	2,25	2,40	2,32	2,43	1,40
Kui sageli Te käite kirikus?	2,05	2,24	2,32	1,86	1,77	1,64	2,40	2,36	1,78
Kui sageli Te käite restoranides, kohvikutes, pubides?	2,42	3,19	2,91	3,34	2,52	3,29	1,64	2,18	1,42
Kui sageli Te käite klubides, reividel, diskodel?	1,81	2,79	1,87	2,68	1,51	3,03	1,15	1,45	1,18
Kui sageli Te käite külas sõpradel-sugulastel?	3,32	3,79	3,50	3,48	3,30	3,66	3,30	3,38	2,62
Kui sageli Te käite huvi-, turismireisidel?	2,00	2,81	2,73	2,26	2,07	2,06	1,70	1,75	1,22
Kui sageli Te käite töö- ja ärireisidel?	1,68	2,12	2,45	2,49	2,25	1,31	1,16	1,27	1,11
Kui sageli Te käite matkadel, looduses?	2,70	3,37	3,13	2,65	3,11	2,50	2,87	2,48	1,82
Kui sageli Te käite seminaridel, konverentsidel, koolitustel?	1,87	2,67	3,13	1,89	1,79	1,75	1,55	1,42	1,13
Kui sageli Te käite koosolekutel, aruteludel?	1,97	2,76	3,04	1,91	2,00	1,60	1,88	1,57	1,27
Kui sageli Te tegelete ilukirjanduse lugemisega?	2,83	3,26	3,15	2,46	2,75	2,10	3,30	3,23	2,34
Kui sageli Te tegelete töö- ja huvialase kirjanduse lugemisega?	2,79	3,52	3,56	2,53	3,01	2,59	2,95	2,59	1,77
Kui sageli Te tegelete aiatööga?	2,68	2,87	3,01	2,06	2,83	1,93	3,80	2,02	2,44
Kui sageli Te tegelete treeningu, kehaliste harjutuste, sportmängudega?	2,35	3,42	2,84	2,71	2,50	2,86	2,15	1,84	1,32
Kui sageli Te tegelete käsitööga, meisterdamisega?	2,51	3,15	2,65	1,99	2,67	2,04	3,16	2,34	1,98
Kui sageli Te tegelete pillimänguga, laulmisega, tantsimisega?	1,92	3,14	2,28	1,86	1,73	1,97	1,95	1,70	1,29
Kui sageli Te tegelete käe vm sõnastus	1,87	2,82	1,81	2,26	1,75	1,90	1,99	1,84	1,42

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.1. Tegevuste iseärasused elulaadi tüüpides

	Keskmine	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Kui sageli Te tegelete joonistamise, fotograafia, maalimise, tarbekunstiga?	1,84	2,99	2,00	1,96	2,03	1,89	1,52	1,73	1,23
Kui sageli Te tegelete filmimise, video- või muusikasalvestamisega?	1,69	2,88	1,60	2,06	2,02	2,00	1,22	1,49	1,13
Kui sageli Te tegelete vabal ajal auto-, moto-, paadi- või jalgrattasõiduga?	2,63	3,39	2,81	3,08	3,38	3,04	2,63	1,64	1,76
Kui sageli Te tegelete arvutiga seotud harrastustega	2,01	3,33	2,18	2,81	2,10	3,10	1,31	1,29	1,20
Kui sageli Te tegelete hasartmängudega (kasiinod, mänguautomaadid)?	1,15	1,35	1,03	2,63	1,06	1,10	1,01	1,03	1,02
Kui sageli Te tegelete tehniliste harrastustega (sh autoga tegelemine)?	1,83	2,11	1,55	2,36	3,18	1,69	1,69	1,20	1,39
Kui sageli Te tegelete ristsõnade lahendamisega?	2,63	3,04	2,55	2,68	2,64	2,54	2,79	3,16	2,00
Kui sageli Te tegelete kollektsioneerimisega, kogumisega?	1,48	2,60	1,33	1,52	1,56	1,50	1,25	1,51	1,13
Kui sageli Te tegelete muude hobide, harrastustega?	1,31	1,79	1,28	1,45	1,47	1,23	1,15	1,33	1,11

Lisatabel 6.2. Elulaadi tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis

% tüübist

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Ankeedi keel								
Eesti	73	81	66	59	73	77	44	56
Vene	27	19	34	41	27	23	56	44
Sugu								
Mehed	48	33	79	85	48	35	25	40
Naised	52	67	21	15	52	65	75	60
Vanus								
15–19	28	3	6	2	41	0	6	3
20–29	26	18	55	14	40	1	11	10
30–44	25	36	27	43	16	25	27	17
45–54	16	24	8	27	2	18	23	17
55–64	5	13	3	11	0	28	18	24
65–74	1	5	1	3	1	28	15	30
Perekonnaseis								
Üksik (pole olnud abielus)	41	20	30	8	57	5	16	13
Ametlikus abielus	29	44	25	67	14	65	38	44
Vabaabielus (elan koos partneriga)	20	17	35	18	21	10	17	12
Lahutatud / Elan lahus	5	15	6	7	4	8	16	14
Lesk	5	6	3	0	1	12	12	15
Peres lapsi								
Ei ole	43	59	58	47	50	69	64	69
1 laps	34	21	30	29	23	14	20	17
2 last	19	16	8	21	20	10	14	8
3 või enam last	4	5	4	3	7	7	2	5

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.2. Elulaadi tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Haridus								
Alg, põhi	23	7	20	11	36	25	15	43
Kesk	53	43	57	67	55	61	69	49
Kõrg	24	50	23	22	9	14	16	8
Kas töö, mida Te teete, on füüsilise või vaimse iseloomuga?								
Ainult füüsiline	2	3	4	3	4	11	9	19
Põhiliselt füüsiline	10	6	27	20	15	22	16	22
Võrdselt nii vaimne kui füüsiline	38	23	43	40	32	37	31	24
Põhiliselt vaimne	32	34	16	23	27	11	15	8
Ainult vaimne	7	31	10	12	8	6	13	5
Kuusissetulek pereliikme kohta								
Kuni 1500	28	20	24	32	32	36	41	48
1501–2500	29	22	17	27	24	40	27	34
2501–4000	21	27	24	20	25	18	22	13
4001–6000	17	17	22	12	14	5	8	3
Üle 6000	5	15	14	8	5	0	2	3
Asulatüüp								
Pealinn	33	37	30	27	34	20	38	28
Suur linn	14	15	31	20	20	15	28	19
Muu linn	23	20	17	21	19	22	20	20
Maa	29	29	22	32	28	43	14	33
Piirkond								
Tallinn	33	37	30	27	34	20	39	27
Põhja-Eesti	18	11	16	16	20	13	12	14
Lääne-Eesti	13	8	8	13	14	16	9	12
Tartu piirkond	13	19	18	10	12	15	11	13
Lõuna-Eesti	12	13	11	11	9	19	4	11
Virumaa	11	12	17	24	12	17	25	23

Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

% tüübist

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Optimistlik eluhoiak								
Puudub	11	15	27	26	20	30	48	47
Vähene	18	17	25	23	22	23	23	26
Märkimisväärne	29	27	25	23	26	27	20	15
Tugev	42	41	23	28	33	21	9	13
Pessimistlik eluhoiak								
Puudub	72	78	70	70	78	60	52	52
Vähene	21	14	22	17	11	23	29	20
Märkimisväärne	6	6	6	11	10	14	16	22
Tugev	1	2	1	2	1	2	3	6
Elumuutused								
Puuduvad, väga vähesed	1	6	6	4	9	18	20	32
Vähesed	13	17	17	14	16	33	30	26
Suured	23	26	19	22	25	13	11	5
Väga suured	26	23	21	23	14	4	5	5
Positiivne hinnang muutustele								
Väga vähene	10	7	10	12	10	11	22	25
Vähene	7	11	20	23	14	19	20	22
Tugev	19	22	13	12	17	19	15	8
Väga tugev	29	26	25	19	23	15	12	13
Eesti-sisene liikuvus								
Puudub, väga vähene	5	7	5	8	12	15	28	39
Vähene	9	8	23	14	11	25	35	26
Suur	20	26	21	28	31	20	7	4
Väga suur	34	25	22	19	12	2	3	3

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Kogemuse puudumine Eesti teistest paikadest								
Puudub, väga vähene	48	54	34	43	24	39	29	32
Vähene	23	14	21	21	22	15	11	12
Suur	10	13	22	11	19	19	18	15
Väga suur	6	5	5	7	11	9	28	27
Üldine avatus teistele kultuuridele								
Puudub, väga vähene	1	2	8	9	12	14	13	30
Vähene	5	8	14	15	14	23	16	31
Suur	29	29	25	20	21	16	20	7
Väga suur	28	23	17	15	8	14	13	7
Üldine huvi uudiste vastu teistest maadest								
Väga vähene	2	4	11	15	13	13	17	36
Vähene	8	13	16	14	21	19	19	20
Suur	30	30	26	26	14	25	22	15
Väga suur	26	21	11	9	9	11	12	8
Isiklik välismaa kogemus (käimine väljaspool Eestit)								
Puudub, ei ole kusagil käinud	5	5	14	11	18	16	17	36
Vähene	9	10	17	17	21	20	22	21
Suur	33	27	19	22	12	15	10	7
Väga suur	24	30	18	19	4	8	11	4
Isiklikud kontaktid teiste maadega								
Puuduvad	29	33	42	34	37	48	30	47
Vähesed	21	20	18	27	20	27	33	30
Suured	13	19	9	16	13	9	14	8
Väga suured	21	14	17	8	11	2	6	2

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Keelteoskus								
Puudub, väga vähene	0	4	6	12	4	9	11	26
Vähene	6	10	13	17	8	28	27	35
Suur	26	28	18	16	22	12	14	6
Väga suur	39	28	23	13	19	4	8	3
Võõrkeelte kasutamise ulatus								
Puudub	2	4	5	9	5	16	11	32
Vähene	8	11	13	19	13	39	26	31
Suur	25	25	23	24	23	5	14	5
Väga suur	27	23	12	10	16	5	5	4
Aktiivsus lisateenistuse hankimisel								
Puudub	14	26	18	16	30	28	40	57
Vähene	38	39	43	44	48	50	46	32
Märkimisväärne	19	21	19	20	13	15	11	9
Suur	29	14	19	19	9	7	3	2
Ettevõtlikkus								
Puudub	48	46	65	65	74	79	77	87
Vähene	18	16	9	12	11	12	16	6
Märkimisväärne	17	19	9	9	9	6	4	4
Suur	17	18	17	15	7	3	3	3
Rahaline jõukus								
Väga vähene	1	2	3	4	3	11	16	38
Vähene	5	10	20	15	13	37	33	34
Suur	26	26	26	27	31	15	10	5
Väga suur	34	23	21	17	16	2	1	3

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Rahapuudus (loobumine vajalikust)								
Puudub	27	28	25	18	23	9	8	13
Vähene	29	20	25	21	27	17	11	16
Märkimisväärne	30	31	32	33	27	36	34	28
Suur	13	17	13	19	17	28	27	21
Väga suur	2	5	5	9	5	11	20	23
Tarbimislik ükskõiksus (mittevajamine)								
Puudub	39	33	30	29	28	12	26	22
Vähene	21	17	13	14	13	11	6	4
Märkimisväärne	26	27	36	35	34	18	22	20
Suur	13	17	13	16	19	40	24	22
Väga suur	0	6	8	6	6	18	22	33
Konsumerism								
Puudub	8	11	19	17	10	29	25	44
Väga nõrk	13	16	10	21	16	33	30	33
Nõrk	17	20	25	19	21	17	17	12
Märkimisväärne	29	23	26	28	32	19	20	8
Tugev	21	19	10	13	16	1	5	2
Väga tugev	12	11	9	2	5	0	3	0
Elukeskkonna uuendamine								
Puudub, kõik vanaviisi	33	42	35	41	43	68	73	76
Vähene	13	14	11	15	11	13	10	10
Suur	21	15	15	13	15	8	5	5
Väga tugev	17	16	20	14	14	4	3	5

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega								
Puudub, väga vähene	2	4	12	4	3	11	11	23
Vähene	6	12	12	10	13	33	16	27
Suur	32	27	28	28	22	13	19	8
Väga suur	34	24	22	24	27	3	9	4
Kommunikatsioonitehnika kättesaamatus								
Puudub, soove ei ole	48	52	62	51	47	29	28	48
Vähene	19	14	12	14	20	16	11	12
Suur	11	11	8	15	17	19	25	12
Väga suur	2	7	5	6	5	12	8	7
Ükskõiksus kommunikatsioonitehinka suhtes								
Puudub, kõik oluline	55	44	34	43	39	27	34	30
Vähene	26	23	36	21	36	16	21	11
Suur	4	6	8	7	6	20	16	19
Väga suur	0	5	0	4	2	17	9	25
Kultuurivara omamine lapsepõlvekodus								
Puudus	4	8	17	9	9	11	10	24
Vähene	11	15	17	19	13	28	29	39
Suur	22	26	22	21	28	18	20	6
Väga suur	45	18	11	16	20	6	7	2
Kultuurivara omamine praeguses kodus								
Väga vähene	4	5	21	10	10	11	17	34
Vähene	6	10	15	14	20	16	17	25
Suur	22	21	17	15	17	20	18	6
Väga suur	38	23	11	21	15	10	11	5

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 6.3. Huvid, hoiakud, hinnangud (indeksid) elulaadi tüüpides

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Ükskõiksus kultuurivara omandamise vastu								
Puudub	17	34	64	61	56	50	65	83
Vähene	17	22	18	20	16	24	17	10
Suur	17	10	0	4	5	8	3	1
Väga suur	35	11	5	6	8	3	3	2
Millises ühiskonnakihis asute Te praegu ise?								
Madal kiht	5	5	7	8	2	15	12	26
Madalam keskkiht	10	14	16	21	16	26	28	24
Keskkiht	27	38	27	31	28	35	35	33
Kõrgem keskkiht	30	26	26	25	32	17	18	13
Kõrgkiht	28	17	24	15	22	7	7	4

Lisatabel 6.4. Meelelahutuseks eelistatavad tegevused elulaadi tüüpides

Milliseid tegevusi eelistate, et meelt lahutada?; % tüübist

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Ilukirjandus	46	55	25	40	13	54	58	26
Eesti telekanalid	71	67	55	54	60	73	50	58
Venemaa telekanalid	40	25	45	47	27	36	56	51
Globaalsed filmikanalid (Pro7, TCN, Hallmark jt)	24	14	13	20	23	10	25	14
Populaarteaduslikud telekanalid (Discovery, Animal Planet, National Geographic)	46	34	35	48	29	26	42	24
Muusika kuulamine (raadiost, CD-lt vms)	89	65	69	68	87	54	66	48
Raadio jutusaated, mängud	32	22	27	25	21	40	37	33
Ajalehed	63	57	48	58	44	72	62	53
Ajakirjad	70	65	43	49	57	65	57	36
Internet	64	40	52	32	69	10	15	9
Arvuti- ja videomängud	45	18	52	22	40	6	9	8
Klubid, peod, seltskond	56	35	61	24	66	11	20	11
Suhtlemine lähedaste inimestega	77	71	53	64	65	74	74	55
Reisid, matkad	63	56	31	40	39	25	29	15
Hobid, harrastused	66	38	22	40	43	28	19	11
Ostukeskustes, kauplustes käimine	29	21	22	16	28	17	24	17
Sportimine, treening	47	29	33	27	40	13	15	4
Lemmikloomaga tegelemine	35	29	13	28	24	31	33	25
Spordivõistlustel käimine	28	11	22	20	18	8	5	3
Teatris, kinos, kontserdil käimine	74	61	43	30	54	35	50	12
Reklaam	4	4	3	2	3	3	3	3

Lisatabel 6.5. Ilu ja tasakaalu leidmiseks eelistatavad tegevused elulaadi tüüpides

Kui tunnete vajadust ilu ja tasakaalu järele, otsite harmoonilist ja rahustavat keskkonda, kus Te seda leiate?; % tüübist

	Mitmekülgselt aktiivne	Tööle orienteeritud, kultuurilembeline	Hasartne, meelelahutuslik	Tehniliselt harrastuslik	Uue meedia, seltsielukeskne	Kodukeskne, traditsiooniline	Kirjasõnakeskne, traditsiooniline	Passiivne
Looduses viibides	87	87	65	89	64	89	80	71
Ise midagi luues	52	42	24	36	25	40	22	17
Muusikat kuulates	89	68	62	60	84	64	68	52
Pilte vaadates	43	30	17	22	25	30	27	19
Televiisorit vaadates	54	41	45	54	46	66	55	68
Kinos, teatris, näitustel käies	48	42	25	19	27	27	29	6
Raamatut lugedes	57	52	35	47	29	69	68	40
Internetis surfates	35	14	25	15	33	6	4	3
Arvuti- või videomänge mängides	20	7	23	11	19	3	4	4
Oma kodu korrastades, kaunistades	60	55	32	45	39	67	54	49
Kirikus, usus	16	17	6	7	8	22	17	16
Lähedaste inimestega koos viibides	75	68	58	59	59	77	64	61
Klubis, seltskonnas viibides	35	21	32	17	34	12	14	9
Reisides, uusi paiku vaadates	52	52	26	38	31	25	20	12
Ringi uidates, maastikke ja ehitusi vaadates	40	39	22	30	28	28	30	22
Reklaame jälgides	2	2	0	1	1	2	2	3
Tantsides, sportides	54	35	26	26	44	16	15	9
Loomi, linde jälgides	40	37	14	35	23	44	38	32

Lisatabel 7.1. Raha jätkumine raamatute ostmiseks (rahvarühmades)

Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha raamatute ostmiseks?; % rühmast; N = 1470

	Üldiselt jätkub	Mõnikord jätkub, mõnikord mitte	Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	Ei vaja seda, ei kuluta sellele
Keel				
Eesti	14	44	25	14
Vene	25	30	28	11
Sugu				
Mehed	24	37	21	14
Naised	12	41	31	12
Vanus				
15–19	29	33	15	19
20–29	23	38	19	16
30–44	18	45	25	9
45–54	18	42	28	8
55–64	13	40	29	11
65–74	5	25	41	22
Elukoht				
Tallinn	27	40	20	10
Tartu, Narva, Pärnu, K-Järve	18	29	32	16
Muu linn	14	43	27	11
Maa	11	42	29	16
Kuusissetulek pereliikme kohta				
Kuni 1500	7	37	39	15
1501–2500	12	37	30	17
2501–4000	27	41	18	11
4001–6000	27	51	10	10
Üle 6000	57	30	4	5
Haridus				
Alg, põhi	13	28	33	20
Kesk	16	40	28	13
Kõrg	30	46	16	4
Koguvalim	18	39	26	13

Lisatabel 7.2. Erinevate raamatuliikide olemasolu praeguses kodus (raamatuhuvi klastrites)					
% klastrist; N = 1470					
	I: Aktiivne, mitmekülgne raamatuhuvi	**II:** Praktiline ja perekeskne raamatuhuvi	**III:** Mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi	**IV:** Vähene raamatuhuvi	**Koguvalim**
Palju igasuguseid raamatuid					
On	76	66	71	55	68
Ei ole; tahaksin, et oleks	19	23	17	20	19
Ei ole ega taha	1	6	5	14	6
Entsüklopeedia					
On	73	56	62	53	62
Ei ole; tahaksin, et oleks	23	30	25	26	26
Ei ole ega taha	1	8	4	9	5
Kunstiraamatud, kunstialbumid					
On	51	29	31	23	34
Ei ole; tahaksin, et oleks	30	32	25	23	27
Ei ole ega taha	11	30	31	35	28
Piibel					
On	73	70	62	52	64
Ei ole; tahaksin, et oleks	9	11	11	10	10
Ei ole ega taha	13	14	18	26	17
Luuleraamatud					
On	69	55	52	40	54
Ei ole; tahaksin, et oleks	12	11	8	15	11
Ei ole ega taha	13	27	27	30	25
Teaduslikud, filosoofilised raamatud					
On	51	28	35	17	33
Ei ole; tahaksin, et oleks	28	21	18	15	20
Ei ole ega taha	13	42	33	48	34

Lisatabel 7.3. Lugemine ja raamatukogu külastamine raamatuhuvi klastrites					
% klastrist; N = 1470					
	I: Aktiivne, mitmekülgne raamatuhuvi	**II:** Praktiline ja perekeskne raamatuhuvi	**III:** Mõõdukas, harrastuslik raamatuhuvi	**IV:** Vähene raamatuhuvi	**Koguvalim**
Kui sageli Te tegelete ilukirjanduse lugemisega?					
Sageli, regulaarselt	55	33	32	16	34
Mõnikord, vahetevahel	25	36	36	30	32
Väga harva	15	20	21	26	20
Üldse mitte	5	11	13	28	13
Kui sageli Te tegelete töö- ja huvialase kirjanduse lugemisega?					
Sageli, regulaarselt	51	28	30	16	32
Mõnikord, vahetevahel	32	36	40	30	36
Väga harva	11	19	16	24	17
Üldse mitte	6	18	14	30	16
Kas võtate raamatuid lugeda raamatukogust või teistelt inimestelt?					
Sageli, regulaarselt	44	31	26	8	27
Mõnikord, vahetevahel	32	38	39	14	33
Väga harva	18	19	20	27	21
Praktiliselt mitte	6	12	16	52	19

Lisatabel 7.4a. Naiste ja meeste muusikaeelistuste pingerida

Meeldivushinnangute keskmised 5-pallisel skaalal

	Mehed		Naised	
1.	Popansamblid, poplauljad	2,84	Traditsiooniline tantsumuusika	3,33
2.	Traditsiooniline tantsumuusika	2,77	Muusika filmidest ja muusikalidest	3,21
3.	Kitarrimuusika	2,71	Popansamblid, poplauljad	3,12
4.	Rock'n'roll	2,66	Kitarrimuusika	3,07
5.	Muusika filmidest ja muusikalidest	2,60	Eesti rahvalik popmuusika	2,93
6.	Eesti rahvalik popmuusika	2,60	Orelimuusika	2,89
7.	Akordionimuusika	2,54	Rahvalikud laulud ja pillilood	2,87
8.	Rahvalikud laulud ja pillilood	2,53	Akordionimuusika	2,83
9.	Kantri	2,53	Operetimuusika	2,79
10.	Kaasaegne rokkmuusika	2,51	Romansid	2,76
11.	Disko	2,50	Klaverimäng	2,75
12.	Klassikaline rokkmuusika	2,50	Mustlasmuusika	2,75
13.	Orelimuusika	2,29	Disko	2,71
14.	Klaverimäng	2,26	Kantri	2,64
15.	Operetimuusika	2,17	Viiulimäng	2,58
16.	Viiulimäng	2,17	Rock'n'roll	2,53
17.	Mustlasmuusika	2,15	Latiino-pop	2,44
18.	Blues, soul	2,14	Klassikaline sümfooniline muusika	2,41
19.	Elektrooniline muusika	2,13	Šansoonid, ballaadid	2,40
20.	Romansid	2,13	Idamaine muusika	2,35

Lisatabel 7.4b. Muusikaeelistuste pingerida eesti- ja venekeelsete vastajate seas

Meeldivushinnangute keskmised 5-pallisel skaalal

	Eestikeelsed vastajad		Venekeelsed vastajad	
1.	Popansamblid, poplauljad	3,13	Traditsiooniline tantsumuusika	3,23
2.	Traditsiooniline tantsumuusika	3,03	Kitarrimuusika	3,20
3.	Kantri	2,97	Muusika filmidest ja muusikalidest	3,02
4.	Rahvalikud laulud ja pillilood	2,93	Disko	2,90
5.	Muusika filmidest ja muusikalidest	2,92	Orelimuusika	2,86
6.	Eesti rahvalik popmuusika	2,89	Romansid	2,80
7.	Kitarrimuusika	2,77	Popansamblid, poplauljad	2,78
8.	Akordionimuusika	2,73	Klaverimäng	2,74
9.	Rock'n'roll	2,67	Akordionimuusika	2,68
10.	Klassikaline rokkmuusika	2,56	Mustlasmuusika	2,65
11.	Operetimuusika	2,56	Eesti rahvalik popmuusika	2,60
12.	Orelimuusika	2,51	Viiulimäng	2,54
13.	Kaasaegne rokkmuusika	2,50	Rock'n'roll	2,46
14.	Disko	2,49	Operetimuusika	2,45
15.	Klaverimäng	2,44	Idamaine muusika	2,41
16.	Mustlasmuusika	2,40	Klassikaline sümfooniline muusika	2,40
17.	Folkmuusika	2,35	Šansoonid, ballaadid	2,39
18.	Viiulimäng	2,34	Rahvalikud laulud ja pillilood	2,35
19.	Romansid	2,33	Latiino-pop	2,24
20.	Traditsioonilised eesti koorilaulud	2,25	Blues, soul	2,22

Lisatabel 7.4c. Muusikaeelistuste pingerida vanuserühmades

Meeldivushinnangute keskmised 5-pallisel skaalal

	15–29		30–44		45–64		65–72	
1.	Popansamblid, poplauljad	3,68	Popansamblid, poplauljad	3,24	Akordionimuusika	3,03	Akordionimuusika	2,88
2.	Disko	3,57	Traditsiooniline tantsumuusika	3,12	Rahvalikud laulud ja pillilood	3,00	Operetimuusika	2,72
3.	Traditsiooniline tantsumuusika	3,40	Muusika filmidest ja muusikalidest	3,02	Traditsiooniline tantsumuusika	2,96	Rahvalikkud laulud ja pillilood	2,71
4.	Muusika filmidest ja muusikalidest	3,21	Eesti rahvalik popmuusika	3,01	Kitarrimuusika	2,86	Traditsioonilised eesti koorilaulud	2,57
5.	Rock'n'roll	3,21	Disko	2,92	Muusika filmidest ja muusikalidest	2,81	Orelimuusika	2,54
6.	Kitarrimuusika	3,21	Kitarrimuusika	2,91	Mustlasmuusika	2,77	Traditsiooniline tantsumuusika	2,50
7.	Kaasaegne rokkmuusika	3,17	Rock'n'roll	2,88	Kantri	2,71	Muusika filmidest ja muusikalidest	2,40
8.	Eesti rahvalik popmuusika	3,13	Kantri	2,87	Orelimuusika	2,69	Mustlasmuusika	2,39
9.	Elektrooniline muusika	3,12	Orelimuusika	2,78	Operetimuusika	2,65	Romansid	2,38
10.	Klassikaline rokkmuusika	2,98	Klassikaline rokkmuusika	2,76	Romansid	2,61	Kitarrimuusika	2,36
11.	Hip-hop-stiilis muusika	2,92	Rahvalikud laulud ja pillilood	2,75	Popansamblid, poplauljad	2,58	Viiulimäng	2,26
12.	Latiino-pop	2,81	Akordionimuusika	2,73	Eesti rahvalik popmuusika	2,53	Kantri	2,22
13.	Klaverimäng	2,79	Kaasaegne rokkmuusika	2,62	Viiulimäng	2,41	Klaverimäng	2,21
14.	Rap-stiil	2,71	Romansid	2,62	Klaverimäng	2,39	Kaasaegne koorimuusika	2,13
15.	Idamaine muusika	2,60	Latiino-pop	2,60	Traditsioonilised eesti koorilaulud	2,24	Ooperimuusika	2,10
16.	Metal-muusika	2,53	Operetimuusika	2,58	Rock'n'roll	2,23	Eesti rahvalik popmuusika	2,08
17.	Šansoonid, ballaadid	2,52	Klaverimäng	2,55	Folkmuusika	2,13	Vaimulik muusika	1,97
18.	Blues, soul	2,46	Blues, soul	2,46	Šansoonid, ballaadid	2,12	Popansamblid, poplauljad	1,92
19.	Klassikaline sümfooniline muusika	2,42	Mustlasmuusika	2,44	Jazzmuusika	2,09	Klassikaline sümfooniline muusika	1,87
20.	Viiulimäng	2,41	Šansoonid, ballaadid	2,44	Blues, soul	2,06	Folkmuusika	1,78

Lisatabel 7.5a. Filmieelistused (keele-, soo- ja haridusrühmades)

Vastusevariantide *väga meedib* + *üldiselt meeldib* % rühmast

	Keel		Sugu		Haridus			Kogu-valim
	Eesti	Vene	Mehed	Naised	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	
Armastusfilmid	60	68	45	78	59	66	58	63
Sõjafilmid	36	46	58	23	46	40	30	39
Muusikafilmid	48	45	35	57	43	49	46	47
Komöödiad, huumorifilmid	75	83	80	77	78	81	69	78
Filmid tuntud kirjandusteoste põhjal	62	62	56	67	48	65	68	62
Elulоolised filmid tuntud isikutest	58	54	49	63	48	60	58	57
Trillerid	40	45	49	36	45	45	32	42
Ulme-, kosmose-, tulnukatefilmid	27	40	41	23	30	33	27	31
Kultusfilmid	24	35	33	24	22	29	31	28
Võitlus- ja märulifilmid	42	41	59	27	53	42	29	42
Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid	63	67	70	60	67	66	57	64
Õudusfilmid, horror	24	27	31	20	34	25	13	25
Katastroofifilmid	42	42	50	36	46	45	28	42
Vesternid	37	32	45	27	36	37	30	35
Vanad ameerika väärtfilmid	39	29	33	38	33	38	34	36
Vanad Euroopa väärtfilmid	42	32	34	41	32	38	46	38
Vanad nõukogudeaegsed väärtfilmid	49	63	55	54	45	58	58	54
Kaasaegsed psühholoogilised filmid	39	46	36	46	27	44	53	42
Tuntud režissööride filmid	47	60	51	51	45	54	53	51
Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad	72	79	71	78	76	76	70	75
Multikad, nukufilmid	43	56	44	50	44	51	41	47
Täiskasvanute joonisfilmid	25	35	32	26	26	30	27	28
Välismaa tõsielufilmid	53	45	50	50	46	51	50	50
Erootilised filmid	30	32	41	21	30	32	27	31
Ajaloolised seiklusfilmid	62	65	68	59	58	67	59	63
Tõsielufilmid Eestist	65	45	54	60	56	58	55	58
Loodusfilmid	70	65	67	68	62	71	66	68
Portreefilmid	32	23	22	35	21	30	36	28
Dokfilmid kaugetest maadest	65	67	66	65	55	69	69	66
Dokfilmid ajaloolistest sündmustest	63	65	69	59	53	67	65	64

Lisatabel 7.5b. Filmieelistused vanuserühmades

Vastusevariantide *väga meedib + üldiselt meeldib* % rühmast

	Vanus						Kogu-valim
	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	
Armastusfilmid	54	63	64	68	68	54	63
Sõjafilmid	52	49	39	37	28	29	39
Muusikafilmid	31	34	47	54	59	52	47
Komöödiad, huumorifilmid	90	87	85	76	70	55	78
Filmid tuntud kirjandusteoste põhjal	47	65	67	66	63	50	62
Eluloolised filmid tuntud isikutest	36	56	59	65	56	54	57
Trillerid	61	56	49	42	23	13	42
Ulme-, kosmose-, tulnukatefilmid	53	43	33	28	18	14	31
Kultusfilmid	33	43	32	27	13	10	28
Võitlus- ja märulifilmid	68	53	46	39	25	17	42
Kriminaal-, detektiiv-, politseifilmid	73	68	68	72	55	43	64
Õudusfilmid, horror	64	44	24	15	8	4	25
Katastroofifilmid	67	59	49	36	18	19	42
Vesternid	31	39	42	40	28	23	35
Vanad ameerika väärtfilmid	18	27	36	45	46	38	36
Vanad Euroopa väärtfilmid	15	24	41	50	50	41	38
Vanad nõukogudeaegsed väärtfilmid	35	53	60	60	55	51	54
Kaasaegsed psühholoogilised filmid	39	50	45	40	39	31	42
Tuntud režissööride filmid	53	54	52	56	46	46	51
Filmid, kus mängivad minu lemmiknäitlejad	82	79	78	75	64	64	75
Multikad, nukufilmid	43	49	55	47	45	36	47
Täiskasvanute joonisfilmid	33	31	33	29	21	20	29
Välismaa tõsielufilmid	43	49	54	55	45	46	50
Erootilised filmid	40	45	35	29	15	12	31
Ajaloolised seiklusfilmid	51	69	70	66	59	50	63
Tõsielufilmid Eestist	39	47	57	65	68	64	58
Loodusfilmid	47	61	72	76	74	66	68
Portreefilmid	13	17	30	39	35	35	29
Dokfilmid kaugetest maadest	53	65	72	72	62	56	66
Dokfilmid ajaloolistest sündmustest	50	67	68	68	61	59	64

Lisatabel 8.1. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu kodus, soovid ja võimalused seda saada (eesti- ja venekeelsed vastajad)

% rühmast

	On olemas			Ei ole, kavatseme muretseda			Ei saa seda endale lubada, ehkki tahaksin			Ei ole, ei taha ka		
	Kogu-valim	Eesti-keelsed vastajad	Vene-keelsed vastajad	Kogu-valim	Eesti-keelsed vastajad	Vene-keelsed vastajad	Kogu-valim	Eesti-keelsed vastajad	Vene-keelsed vastajad	Kogu-valim	Eesti-keelsed vastajad	Vene-keelsed vastajad
Värviteler	98	98	97	1	1	0	1	0	1	0	0	0
Satelliidiantenn, kaabliühendus	54	42	77	9	12	3	16	21	6	16	20	9
Muusikakeskus	52	53	50	10	11	9	18	17	19	15	15	14
Videoaparatuur	44	41	49	11	12	9	20	20	19	18	20	14
Lauatelefon	70	73	67	3	3	2	4	4	4	18	17	21
Personaalarvuti	34	37	28	12	12	12	28	25	35	18	19	16
Internetiühendus	24	27	19	18	19	17	30	27	36	20	20	20
Sülearvuti	5	6	4	7	6	7	32	32	32	45	48	41
Printer	22	25	17	15	15	15	26	24	30	29	29	29

Lisatabel 8.2a. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Värviteler	98	98	97	97	98	99	96	99	97	98	97	97	98	97
Satelliidiantenn, kaabliühendus	54	42	77	55	54	59	60	56	55	50	43	43	57	61
Muusikakeskus	52	53	50	58	46	61	67	63	55	32	17	40	54	59
Videoaparatuur	44	41	49	48	41	54	55	60	41	26	10	30	49	46
Lauatelefon	70	73	67	73	68	77	60	68	75	76	73	61	71	82
Mobiiltelefon	71	71	71	76	67	80	94	84	72	47	27	56	73	79
Personaalarvuti	34	37	28	39	30	55	41	45	33	18	6	21	32	57
Internetiühendus	24	27	19	29	21	42	29	30	25	14	3	14	22	43
Sülearvuti	5	6	4	6	4	8	5	8	3	4	1	4	3	12
Printer	22	25	17	25	19	43	22	28	21	13	3	16	19	38

Lisatabel 8.2b. Meediakasutuseks vajaliku tehnika olemasolu (elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Koguvalim	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Tartu, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Värviteler	98	98	98	98	96	99	97	97	97	99	98	97
Satelliidiantenn, kaabliühendus	54	73	50	47	72	48	28	48	54	60	63	57
Muusikakeskus	52	56	53	60	43	61	44	42	47	61	69	63
Videoaparatuur	44	50	41	47	42	46	38	37	39	53	55	59
Lauatelefon	70	82	55	75	53	70	69	59	75	78	80	75
Mobiiltelefon	71	74	72	75	66	72	69	66	62	76	86	94
Personaalarvuti	34	43	35	35	18	42	27	24	29	43	52	60
Internetiühendus	24	31	20	27	12	31	18	14	20	32	42	52
Sülearvuti	5	8	5	6	2	5	4	2	4	7	10	18
Printer	22	27	21	25	9	28	19	13	21	29	30	46

Lisatabel 8.3. Üldised hoiakud ja harjumused meedia suhtes (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Usaldus meedia vastu (usaldajate %)														
Eesti Televisioon	52	61	34	52	52	58	51	46	51	52	61	58	50	50
Eratelekanalid	35	44	19	36	34	46	38	36	30	31	29	38	33	34
Ajalehed	34	37	30	36	33	41	32	33	34	33	40	41	34	30
Eesti Raadio	49	58	35	50	48	47	45	45	50	55	58	50	49	49
Eraraadiod	31	37	19	32	30	33	33	32	27	30	27	34	29	31
Internetiportaalid	20	19	22	22	18	32	23	23	19	12	8	22	20	16
Kumma väitega nõustute? (nõustujate %)														
Eesti ajakirjanduse tase käib alla, usaldusväärsus kahaneb	28	30	24	29	26	22	29	25	32	27	25	23	27	35
Eesti ajakirjandus tase paraneb, usaldusväärsus tõuseb	27	34	13	30	24	29	21	29	26	28	31	26	26	27
Kumma väitega nõustute? (nõustujate %)														
Mul on kindlad kanalid, mida eelistan	64	65	64	61	67	55	61	63	68	68	67	58	64	72
Valik on suur, raske mõnd kindlat eelistada	24	24	21	28	19	30	26	26	21	20	16	23	24	19
Raadiokuulamine muu tegevuse kõrvalt														
Sageli	70	73	64	67	72	62	75	70	75	69	59	64	71	72
Mõnikord	23	22	23	24	21	31	17	24	19	25	23	25	23	20
Televaatamine muu tegevuse kõrvalt														
Sageli	45	44	48	37	52	62	52	47	39	37	34	48	44	43
Mõnikord	43	45	40	46	41	31	39	44	51	47	39	39	45	43

Lisatabel 8.4a. Üldine meediasuhe (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Usaldus meedia vastu suur	38	45	22	38	37	40	34	35	35	40	43	44	35	37
Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega suur	38	37	38	44	30	55	44	46	37	24	8	24	37	55
Eesti meedia jälgimise aktiivsus suur	32	42	14	32	32	28	25	32	40	37	29	26	32	40
Venemaa meedia jälgimise aktiivsus suur	25	3	63	21	27	26	26	25	26	19	25	17	27	23
Lääne meedia jälgimise aktiivsus suur	26	29	20	35	19	40	36	25	22	18	18	22	25	35
Eesti ajalehtede lugemise aktiivsus suur	35	44	16	36	32	29	34	36	38	37	25	24	33	48
Venemaa ajalehtede pidevaid lugejaid	5	0	16	6	5	2	10	4	6	5	2	4	6	5
Eesti ajakirjade lugemise aktiivsus suur	36	48	11	32	39	35	41	37	37	34	25	26	36	45
Välismaa ajakirjade lugemise aktiivsus suur	12	7	20	12	11	12	22	12	10	7	4	7	10	22
Aktiivseid ajakirjalugejaid keskmiselt	24	28	16	22	25	24	32	25	24	21	15	17	23	34
Raadiokuulamise kestus suur	35	41	24	31	37	35	40	29	35	34	39	36	36	29
Televaatamise kestus suur	36	36	38	36	36	36	43	39	31	29	39	43	39	22
Arvutikasutuse aktiivsus suur	26	28	20	31	20	61	43	25	19	8	2	19	21	47
Internetikasutuse aktiivsus suur	20	22	14	23	17	54	33	18	14	5	0	17	16	35
Ajalehtede lugejaid Internetist	17	20	10	20	14	27	25	20	14	10	2	9	16	28
Mobiilikasutuse aktiivsus suur	29	31	25	36	23	52	51	34	24	9	1	20	30	38

Lisatabel 8.4b. Üldine meediasuhe (elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väike-linn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Usaldus meedia vastu suur	38	34	43	39	22	38	46	36	39	37	39	41
Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega suur	38	48	32	41	25	42	26	23	34	48	57	61
Eesti meedia jälgimise aktiivsus suur	32	28	32	35	13	37	40	27	29	33	35	51
Venemaa meedia jälgimise aktiivsus suur	25	30	12	15	71	18	4	29	25	22	17	17
Lääne meedia jälgimise aktiivsus suur	26	39	26	34	12	25	16	16	22	34	41	45
Eesti ajalehtede lugemise aktiivsus suur	35	37	31	43	14	36	40	24	32	34	57	59
Venemaa ajalehtede pidevaid lugejaid	5	6	4	4	18	3	0,3	5	5	5	5	5
Eesti ajakirjade lugemise aktiivsus suur	36	34	30	53	12	39	46	28	35	38	48	54
Välismaa ajakirjade lugemise aktiivsus suur	12	18	9	11	21	7	4	10	9	13	15	24
Aktiivseid ajakirjalugejaid keskmiselt	24	26	20	32	17	23	25	19	22	26	32	39
Raadiokuulamise kestus suur	35	31	36	36	27	40	46	36	37	33	32	31
Televaatamise kestus suur	36	32	36	33	46	36	41	41	38	31	33	26
Arvutikasutuse aktiivsus suur	26	35	26	29	14	28	17	16	21	30	44	54
Internetikasutuse aktiivsus suur	20	28	15	21	11	22	13	11	14	22	34	46
Ajalehtede lugejaid Internetist	17	21	17	17	6	24	11	11	12	19	31	36
Mobiilikasutuse aktiivsus suur	29	36	30	37	19	32	24	22	21	32	48	59

Lisatabel 8.5a. Traditsioonilise meedia kasutus (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Mõni üleriigiline päevaleht – REG	60	74	36	63	57	50	56	62	66	66	55	46	61	75
Üldse mitte	9	4	19	8	10	13	8	9	6	8	14	14	9	5
Mõni nädalaleht – REG	49	56	38	49	49	45	50	56	50	44	43	37	51	61
Üldse mitte	8	5	14	9	8	8	6	7	8	9	10	13	8	7
Kohalik leht – REG	62	69	52	62	63	49	54	65	64	71	64	57	64	64
Üldse mitte	6	4	9	7	5	7	7	5	5	7	8	8	5	8
Mõni ajakiri – REG	51	63	31	47	56	62	55	55	47	46	32	44	52	59
Üldse mitte	7	3	14	7	8	5	5	4	8	7	19	13	6	4
Eestikeelne raadio – REG	70	93	27	71	68	69	66	66	72	73	72	74	67	69
Üldse mitte	17	2	44	15	18	16	17	18	16	15	16	14	18	15
Eesti venekeelne raadio – REG	29	6	73	27	31	27	27	28	37	27	26	24	33	27
Üldse mitte	51	75	7	50	52	56	51	49	49	47	55	57	49	48
Venemaa raadio – REG	18	2	45	15	20	13	18	18	18	14	22	14	19	17
Üldse mitte	65	85	28	67	63	67	67	66	64	63	59	67	64	66
Soome-, inglise- vm võõrkeelne raadio – REG	5	3	6	6	3	6	8	4	4	1	5	3	5	5
Üldse mitte	78	79	78	74	82	78	78	80	81	75	76	79	81	71
Eesti telekanalid – REG	78	96	46	80	76	81	75	76	80	85	79	82	77	77
Üldse mitte	8	1	21	7	9	5	12	8	9	5	9	5	5	3
Venemaa telekanalid – REG	47	24	90	46	49	43	48	51	52	44	43	38	51	51
Üldse mitte	36	53	5	37	36	39	34	37	30	38	41	8	6	4
Soome telekanalid – REG	18	24	5	19	15	17	22	16	14	22	23	13	17	23
Üldse mitte	60	54	71	55	64	58	57	67	62	54	57	64	61	53
Ingliskeelsed telekanalid – REG	19	18	19	23	14	31	27	20	12	11	10	18	16	27
Üldse mitte	59	61	56	53	64	37	48	59	67	68	73	60	62	49
Saksakeelsed telekanalid – REG	16	17	13	21	11	26	20	14	14	11	11	16	16	16
Üldse mitte	60	61	61	54	66	49	54	62	64	62	70	62	60	58

REG – regulaarselt (trükimeedia puhul vastusevariandid *pidevalt* + *küllaltki sageli*, ringhäälingu puhul *iga päev* + *mitu korda nädalas*).

Lisatabel 8.5b. Traditsioonilise meedia kasutus (elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väike-linn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Mõni üleriigiline päevaleht – REG	60	60	64	72	32	64	68	53	57	65	78	83
Üldse mitte	9	8	9	4	24	7	6	10	11	8	4	4
Mõni nädalaleht – REG	50	53	44	55	36	48	51	41	47	56	64	62
Üldse mitte	8	6	10	7	16	10	5	10	10	7	5	4
Kohalik leht – REG	64	51	62	58	71	68	70	63	62	64	64	57
Üldse mitte	6	7	10	4	6	6	5	5	7	7	4	6
Mõni ajakiri – REG	51	48	61	58	32	55	60	46	47	56	64	64
Üldse mitte	7	5	9	5	12	9	4	9	9	6	4	0
Eestikeelne raadio – REG	70	69	84	84	16	82	91	65	67	68	82	77
Üldse mitte	17	22	5	7	55	9	3	19	18	17	7	10
Eesti venekeelne raadio – REG	29	40	20	22	65	17	10	29	29	32	22	20
Üldse mitte	51	43	65	58	14	55	73	47	51	49	62	53
Venemaa raadio – REG	18	20	10	9	53	12	3	21	18	17	11	10
Üldse mitte	65	61	79	72	21	69	84	59	65	67	77	71
Soome-, inglise-vm võõrkeelne raadio – REG	5	6	6	6	3	5	3	4	3	6	5	6
Üldse mitte	78	72	85	72	82	79	84	81	80	74	79	63
Eesti telekanalid – REG	78	71	87	90	34	88	96	75	77	79	83	86
Üldse mitte	8	10	5	1	32	4	1	5	4	5	2	7
Venemaa telekanalid – REG	47	62	37	35	89	37	21	48	47	47	50	43
Üldse mitte	36	22	42	46	5	42	63	35	38	35	34	33
Soome telekanalid – REG	18	33	9	27	3	9	9	14	12	14	17	20
Üldse mitte	60	37	81	47	82	67	71	69	64	54	47	42
Ingliskeelsed telekanalid – REG	19	26	24	21	12	15	9	11	15	25	27	35
Üldse mitte	59	44	58	57	63	63	76	65	65	52	52	37
Saksakeelsed telekanalid – REG	16	15	20	19	9	21	15	11	15	19	22	17
Üldse mitte	60	56	58	57	64	57	70	66	62	54	55	54

REG – regulaarselt (trükimeedia puhul vastusevariandid *pidevalt* + *küllaltki sageli*, ringhäälingu puhul *iga päev* + *mitu korda nädalas*).

Lisatabel 8.6a. Olulisemate ajalehtede regulaarne ja juhuslik lugemine (eestlased; soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kõik eestlased	Sugu		Vanus						Haridus		
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Postimees – On mõjuväljas	77	77	76	80	84	76	79	72	69	70	76	88
Sh loeb regulaarselt	39	39	40	34	39	38	43	39	39	28	38	55
Sh loeb juhuslikult	38	38	36	46	45	38	36	33	30	42	38	33
Eesti Päevaleht – On mõjuväljas	67	66	67	71	73	64	71	65	58	52	68	78
Sh loeb regulaarselt	31	30	30	26	32	37	38	34	23	15	31	48
Sh loeb juhuslikult	36	36	37	45	41	37	33	31	35	37	37	30
SL Õhtuleht – On mõjuväljas	81	81	80	85	86	83	82	80	64	79	81	82
Sh loeb regulaarselt	42	41	43	46	43	47	47	41	25	40	43	43
Sh loeb juhuslikult	39	40	37	39	43	36	35	39	39	39	38	39
Äripäev – On mõjuväljas	43	48	37	41	59	45	44	37	23	24	43	62
Sh loeb regulaarselt	13	14	12	8	17	17	15	11	5	4	11	28
Sh loeb juhuslikult	30	34	25	33	42	28	29	26	18	20	32	34
Eesti Ekspress – On mõjuväljas	57	60	55	66	71	58	57	50	41	42	58	73
Sh loeb regulaarselt	22	22	23	27	26	24	23	20	11	13	21	35
Sh loeb juhuslikult	35	38	32	39	45	34	34	30	30	29	37	38
Maaleht – On mõjuväljas	55	53	56	34	45	54	61	60	70	53	53	59
Sh loeb regulaarselt	19	16	20	7	9	19	24	23	26	19	17	20
Sh loeb juhuslikult	36	37	36	27	36	35	37	37	44	34	36	39
Sirp – On mõjuväljas	15	14	16	15	15	13	15	15	19	6	14	28
Sh loeb regulaarselt	2	2	3	0	2	2	0	3	7	0,4	2	4
Sh loeb juhuslikult	13	12	13	15	13	11	15	12	12	5	12	24
Kohalik leht – On mõjuväljas	77	76	78	66	73	77	85	76	82	80	77	72
Sh loeb regulaarselt	57	55	58	40	47	58	65	60	65	57	58	51
Sh loeb juhuslikult	20	21	20	26	26	19	20	16	17	23	19	21

Lisatabel 8.6b. Olulisemate ajalehtede regulaarne ja juhuslik lugemine (eestlased; elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kõik eestlased	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Postimees – On mõjuväljas	77	86	78	79	68	71	73	71	73	78	86	84
Sh loeb regulaarselt	39	40	60	43	22	33	33	34	35	41	46	52
Sh loeb juhuslikult	38	46	18	36	36	38	40	37	38	37	40	32
Eesti Päevaleht – On mõjuväljas	67	81	56	69	74	63	62	57	67	67	75	83
Sh loeb regulaarselt	31	44	22	30	13	33	28	21	24	38	41	53
Sh loeb juhuslikult	36	37	34	39	61	30	34	36	43	29	34	30
SL Õhtuleht – On mõjuväljas	81	86	72	85	67	76	81	78	80	81	80	87
Sh loeb regulaarselt	42	45	35	45	23	43	41	37	41	49	44	47
Sh loeb juhuslikult	39	41	37	40	44	33	40	41	39	32	36	40
Äripäev – On mõjuväljas	43	57	35	49	42	44	30	31	37	47	58	71
Sh loeb regulaarselt	13	22	12	15	12	12	8	5	8	15	25	44
Sh loeb juhuslikult	30	35	23	34	30	32	22	26	29	32	33	27
Eesti Ekspress – On mõjuväljas	57	82	42	64	43	52	48	41	53	64	77	80
Sh loeb regulaarselt	22	43	9	18	12	20	13	10	15	28	38	51
Sh loeb juhuslikult	35	39	33	46	31	32	35	31	38	36	39	29
Maaleht – On mõjuväljas	55	43	39	60	49	53	69	58	59	49	49	49
Sh loeb regulaarselt	19	10	11	19	5	19	36	20	22	16	17	13
Sh loeb juhuslikult	36	33	28	41	44	34	33	38	37	33	32	36
Sirp – On mõjuväljas	15	25	11	16	12	12	11	10	15	16	18	24
Sh loeb regulaarselt	2	5	2	1	0	0,5	2	1	2	3	5	3
Sh loeb juhuslikult	13	20	9	15	12	11	9	9	8	13	13	21
Kohalik leht – On mõjuväljas	77	62	59	75	100	87	89	83	81	69	71	73
Sh loeb regulaarselt	57	41	45	51	83	60	65	58	62	52	55	50
Sh loeb juhuslikult	20	21	14	24	17	27	24	25	19	27	16	23

Lisatabel 8.7a. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine (venekeelsed vastajad; soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kõik venekeelsed vastajad	Sugu		Vanus						Haridus		
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Estonija – On mõjuväljas	49	54	45	42	49	46	49	61	51	42	49	55
Sh loeb regulaarselt	19	24	16	25	35	25	30	32	33	15	18	26
Sh loeb juhuslikult	30	30	29	17	14	21	19	29	18	27	31	29
Molodjož Estonii – On mõjuväljas	59	62	58	52	68	54	66	61	53	50	60	65
Sh loeb regulaarselt	20	26	18	15	21	19	24	27	19	14	20	28
Sh loeb juhuslikult	39	36	40	37	47	35	42	34	34	36	40	37
Den za Dnjom – On mõjuväljas	59	54	57	59	71	63	61	52	40	49	60	66
Sh loeb regulaarselt	23	21	19	27	24	30	25	17	9	21	23	28
Sh loeb juhuslikult	36	33	38	32	47	33	36	35	31	28	37	38
Kohalik leht – On mõjuväljas	61	61	61	58	59	61	62	63	64	51	72	64
Sh loeb regulaarselt	36	37	35	33	35	36	31	40	39	28	38	31
Sh loeb juhuslikult	25	24	26	25	24	25	31	23	25	23	34	33
Postimees – On mõjuväljas	26	26	26	34	25	24	29	19	8	19	22	40
Sh loeb regulaarselt	7	6	7	6	7	7	11	5	4	4	5	13
Sh loeb juhuslikult	19	20	19	28	28	17	18	14	4	15	17	27
Venemaa lehed – On mõjuväljas	48	51	47	35	63	53	45	49	32	33	55	43
Sh loeb regulaarselt	15	18	13	6	26	12	15	16	9	20	39	28
Sh loeb juhuslikult	33	33	34	29	37	41	30	33	23	13	16	15
Naisteajakirjad – On mõjuväljas	29	20	37	36	39	32	24	22	16	26	26	42
Sh loeb regulaarselt	8	6	10	7	11	9	7	5	6	18	21	25
Sh loeb juhuslikult	21	14	27	29	28	23	17	17	10	8	5	17
Terviseajakirjad – On mõjuväljas	28	20	36	23	29	25	36	29	24	22	28	32
Sh loeb regulaarselt	7	6	8	4	5	4	11	8	10	7	6	8
Sh loeb juhuslikult	21	14	28	19	24	21	25	21	14	15	22	24
Pereajakirjad – On mõjuväljas	19	15	22	22	22	23	20	13	8	19	15	31
Sh loeb regulaarselt	4	1	5	4	5	4	3	2	0	4	3	5
Sh loeb juhuslikult	15	14	17	18	17	19	17	11	8	15	12	26

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.7a. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine (venekeelsed vastajad; soo-, vanuse- ja haridusrühmades)												
	Kõik venekeelsed vastajad	Sugu		Vanus						Haridus		
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Ristsõnaajakirjad – On mõjuväljas	41	42	40	46	56	45	36	36	17	34	44	35
Sh loeb regulaarselt	16	17	15	16	20	14	19	20	5	14	16	14
Sh loeb juhuslikult	25	25	25	30	36	31	17	16	12	20	28	21
Eri- või huvialased välismaa ajakirjad – On mõjuväljas	18	20	16	18	36	18	10	8	6	12	16	30
Sh loeb regulaarselt	5	7	3	0	8	6	4	5	0	0	4	14
Sh loeb juhuslikult	13	13	13	18	28	12	6	3	6	12	12	16
Venemaa ajakirjad – On mõjuväljas	42	44	42	45	62	42	38	43	44	42	35	42
Sh loeb regulaarselt	10	13	8	11	14	14	4	10	2	10	10	6
Sh loeb juhuslikult	32	31	34	34	48	28	34	33	42	32	25	36

Lisatabel 8.7b. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine (venekeelsed vastajad; elukoha- ja sissetulekurühmades)												
% rühmast												
	Kõik venekeelsed vastajad	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Estonija – On mõjuväljas	49	65	56	30	37	39	29	46	50	51	46	62
Sh loeb regulaarselt	19	30	18	20	7	16	10	12	21	25	22	42
Sh loeb juhuslikult	30	35	38	10	30	23	19	34	29	26	24	20
Molodjož Estonii – On mõjuväljas	59	72	60	49	48	58	58	59	56	62	63	59
Sh loeb regulaarselt	20	29	23	23	9	19	28	17	15	25	29	53
Sh loeb juhuslikult	39	43	37	26	39	39	30	42	41	37	34	6
Den za Dnjom – On mõjuväljas	59	72	61	53	45	63	57	53	60	72	60	71
Sh loeb regulaarselt	23	30	26	31	9	38	19	18	25	29	25	30
Sh loeb juhuslikult	36	42	35	22	36	25	38	35	35	43	35	41

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.7b. Olulisemate ajalehtede ja ajakirjade regulaarne ja juhuslik lugemine (venekeelsed vastajad; elukoha- ja sissetulekurühmades)

	Kõik venekeelsed vastajad	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Kohalik leht – On mõjuväljas	61	58	35	54	75	61	52	66	60	59	66	54
Sh loeb regulaarselt	36	32	19	26	48	29	33	39	33	35	40	37
Sh loeb juhuslikult	25	26	16	28	27	32	19	27	27	24	26	17
Postimees – On mõjuväljas	26	28	49	35	14	21	44	22	21	26	49	55
Sh loeb regulaarselt	7	8	24	12	0	6	19	4	5	8	23	12
Sh loeb juhuslikult	19	20	35	23	14	15	25	18	16	18	26	43
Venemaa ajalehed – On mõjuväljas	48	53	35	45	53	40	18	47	49	53	58	41
Sh loeb regulaarselt	15	13	19	20	19	11	4	14	13	18	22	24
Sh loeb juhuslikult	33	40	16	25	34	29	14	33	36	35	36	17
Naisteajakirjad – On mõjuväljas	29	29	42	28	24	42	37	26	29	30	50	30
Sh loeb regulaarselt	8	10	10	17	3	8	9	6	5	9	19	18
Sh loeb juhuslikult	21	19	32	11	21	34	28	20	24	21	31	12
Terviseajakirjad – On mõjuväljas	28	33	29	20	22	33	41	32	25	27	41	19
Sh loeb regulaarselt	7	10	3	11	4	7	9	8	4	9	10	6
Sh loeb juhuslikult	21	23	26	9	18	26	32	24	21	18	31	13
Pereajakirjad – On mõjuväljas	19	19	22	24	16	25	33	20	17	16	40	30
Sh loeb regulaarselt	4	4	3	12	1	0	9	1	5	4	9	0
Sh loeb juhuslikult	15	15	19	12	15	25	24	19	12	12	31	30
Ristsõnaajakirjad – On mõjuväljas	41	41	33	35	45	51	54	43	42	42	37	36
Sh loeb regulaarselt	16	15	6	16	17	17	19	12	15	25	19	0
Sh loeb juhuslikult	25	26	27	19	28	34	35	31	27	17	18	36
Eri- või huvialased välismaa ajakirjad – On mõjuväljas	18	22	19	6	18	13	0	18	12	19	35	28
Sh loeb regulaarselt	5	8	10	3	2	2	0	3	1	8	17	17
Sh loeb juhuslikult	13	14	9	3	16	11	0	15	11	11	18	11
Venemaa ajakirjad – On mõjuväljas	42	45	43	43	50	33	5	45	38	41	48	35
Sh loeb regulaarselt	10	12	7	15	10	8	0	9	6	14	12	12
Sh loeb juhuslikult	32	33	36	28	40	25	5	36	32	27	36	23

Lisatabel 8.8a. Eri ajakirjaliikide mõjuväljas olemine ja regulaarne lugemine (eestlased; soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

Eesti ajakirjad	Kõik eestlased	Sugu		Vanus						Haridus		
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Populaarteaduslikud ajakirjad – On mõjuväljas	26	28	24	31	27	23	26	27	26	20	23	41
Sh loeb regulaarselt	6	7	5	4	5	6	6	8	4	2	4	13
Kultuuriajakirjad – On mõjuväljas	16	15	18	16	20	15	17	13	16	8	15	29
Sh loeb regulaarselt	2	2	3	0	3	3	1	2	3	0	3	4
Majandusajakirjad – On mõjuväljas	14	14	14	13	20	18	15	7	6	7	12	29
Sh loeb regulaarselt	3	3	3	2	4	5	4	2	0	1	2	11
Huvialaajakirjad – On mõjuväljas	32	47	18	49	47	35	33	19	10	27	33	38
Sh loeb regulaarselt	14	23	6	22	23	15	13	8	2	10	15	17
Pere-, kodu- ja elustiiliajakirjad – On mõjuväljas	64	54	73	51	65	70	67	62	58	46	69	72
Sh loeb regulaarselt	33	22	46	18	35	35	40	38	28	20	38	40
Naisteajakirjad – On mõjuväljas	48	30	66	49	48	50	55	42	42	34	50	58
Sh loeb regulaarselt	23	7	37	20	23	24	30	18	14	15	25	26
Terviseajakirjad – On mõjuväljas	46	31	60	37	41	40	54	53	51	59	47	50
Sh loeb regulaarselt	20	12	28	9	11	16	26	26	27	14	11	23
Seltskonnaajakirjad – On mõjuväljas	58	55	62	66	62	62	60	54	45	48	62	60
Sh loeb regulaarselt	24	21	27	34	24	27	23	20	15	21	27	19
Salapäraste nähtuste ajakirjad – On mõjuväljas	20	20	20	21	23	20	28	14	15	11	24	23
Sh loeb regulaarselt	2	2	4	1	2	4	5	2	1	1	4	2
Erootikaajakirjad – On mõjuväljas	17	22	11	23	29	19	12	9	6	12	17	21
Sh loeb regulaarselt	2	2	0	1	4	2	0	0	0	2	1	0
Ristsõnaajakirjad – On mõjuväljas	46	47	45	53	48	49	54	40	29	39	51	38
Sh loeb regulaarselt	20	20	20	23	17	20	27	22	9	18	21	17
Erialased ajakirjad – On mõjuväljas	21	21	21	20	30	22	22	15	13	13	20	35
Sh loeb regulaarselt	10	8	11	5	14	11	11	6	6	3	8	22
Välismaa ajakirjad												
Eri-, huvialaajakirjad – On mõjuväljas	18	22	14	18	29	21	17	9	9	9	17	32
Sh loeb regulaarselt	5	6	4	3	10	6	5	3	4	2	4	12
Infoajakirjad (nt *Time*) – On mõjuväljas	8	10	7	12	17	7	8	13	15	4	9	12
Sh loeb regulaarselt	0	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1

Lisatabel 8.8b. Eri ajakirjaliikide mõjuväljas olemine ja regulaarne lugemine (eestlased; elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

Eesti ajakirjad	Kõik eestlased	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Populaarteaduslikud ajakirjad – On mõjuväljas	26	33	22	31	28	23	23	21	25	27	31	34
Sh loeb regulaarselt	6	8	6	6	6	4	5	4	4	8	6	9
Kultuuriajakirjad – On mõjuväljas	16	23	15	19	14	16	11	11	16	16	19	30
Sh loeb regulaarselt	2	4	3	3	0	1	2	1	2	2	3	4
Majandusajakirjad – On mõjuväljas	14	20	13	19	19	13	7	10	9	13	16	47
Sh loeb regulaarselt	3	5	3	5	13	3	1	1	2	2	3	11
Huvialaajakirjad – On mõjuväljas	32	35	33	39	29	37	27	25	27	38	39	43
Sh loeb regulaarselt	14	18	18	16	20	15	11	8	10	18	20	25
Pere-, kodu- ja elustiiliajakirjad – On mõjuväljas	64	63	57	76	45	62	62	59	68	65	64	63
Sh loeb regulaarselt	33	32	30	36	31	33	36	28	37	37	35	33
Naisteajakirjad – On mõjuväljas	48	54	40	56	41	42	46	41	52	48	53	54
Sh loeb regulaarselt	23	22	16	23	27	21	24	19	25	22	28	18
Terviseajakirjad – On mõjuväljas	46	45	39	51	47	46	55	43	49	46	46	41
Sh loeb regulaarselt	20	18	11	24	13	21	21	17	25	18	25	14
Seltskonnaajakirjad – On mõjuväljas	58	60	58	77	32	57	56	55	55	64	59	62
Sh loeb regulaarselt	24	22	22	23	25	27	24	23	23	26	28	32
Salapäraste nähtuste ajakirjad – On mõjuväljas	20	21	14	26	19	23	20	19	18	14	18	22
Sh loeb regulaarselt	2	3	1	2	0	4	2	4	2	3	2	3
Erootikaajakirjad – On mõjuväljas	17	18	15	21	0	20	14	15	11	18	18	31
Sh loeb regulaarselt	2	0	1	2	0	1	2	2	0	2	1	1
Ristsõnaajakirjad – On mõjuväljas	46	45	44	56	55	42	49	45	44	47	45	44
Sh loeb regulaarselt	20	18	18	21	30	21	23	18	17	24	23	12
Erialased ajakirjad – On mõjuväljas	21	25	18	27	19	23	18	18	17	21	22	28
Sh loeb regulaarselt	10	12	8	10	7	9	10	6	8	10	14	16

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.8b. Eri ajakirjaliikide mõjuväljas olemine ja regulaarne lugemine (eestlased; elukoha- ja sissetulekurühmades)												
		Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
Välismaa ajakirjad	Kõik eestlased	Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Eri-, huvialaajakirjad – On mõjuväljas	18	26	15	27	13	19	9	13	13	19	23	39
Sh loeb regulaarselt	5	9	6	9	7	5	3	2	6	7	6	18
Infoajakirjad (nt *Time*) – On mõjuväljas	8	15	7	9	14	9	4	7	3	11	8	23
Sh loeb regulaarselt	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1

Lisatabel 8.9. Erinevate kanalite tähtsus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)														
Antud kanalit väga oluliseks pidanute % rühmast														
	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Teatmeteosed, raamatud	34	39	25	34	33	25	32	39	36	35	28	22	32	52
Õppused, loengud, konverentsid	22	24	20	19	25	46	33	22	18	11	5	19	21	30
Töölt, koolist saadav info	34	38	27	33	34	61	49	39	28	15	7	33	34	37
Eesti Televisioon ("Aktuaalne kaamera")	50	62	28	48	52	24	36	48	53	68	71	53	50	47
Kanal 2 ("Uued uudised")	31	43	9	30	31	16	22	29	31	44	42	36	30	26
TV3 ("Seitsmesed uudised")	38	54	8	37	39	24	33	40	40	46	42	42	38	34
Globaalsed uudiskanalid (CNN; Euronews jt)	11	8	16	13	9	10	15	13	11	8	5	8	11	16
Venemaa telekanalid	24	6	58	23	26	27	25	26	25	21	20	20	26	24
*Eesti Raadio uudistesaated	33	33		32	34	7	16	25	38	52	67	36	32	33
*Kuku raadio	15	15		17	13	6	11	11	19	22	21	17	13	18
*Muud Eesti raadiokanalid (Elmar, Sky jt)	20	20		17	23	32	23	18	18	18	18	30	20	10
**Eestikeelne raadio	6		6	5	7	2	8	6	7	5	6	8	6	3
**Eesti venekeelne raadio	37		37	33	40	22	34	31	39	52	49	31	39	36

* Küsimus esitati ainult eestikeelses ankeedis.
** Küsimus esitati ainult venekeelses ankeedis.

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.9. Erinevate kanalite tähtsus infoallikana, uudiste ja teadmiste hankimise vahendina (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
*Päevalehed (*Postimees*, *Eesti Päevaleht*, *Äripäev*, *SL Õhtuleht*, *Estonija*, *Molodjož Estonii*)	56	56		55	58	53	49	58	60	57	69	47	57	67
**Eesti venekeelsed päevalehed	29		29	25	31	22	34	23	29	32	36	22	29	36
**Eestikeelsed päevalehed	7		7	8	7	4	10	9	7	5	4	8	5	16
*Nädalalehed (*Eesti Ekspress*, *Maaleht*, *Sirp*, *Den za Dnjom*)	21	21		18	24	16	17	21	22	25	25	18	20	29
**Eestikeelsed nädalalehed	4		4	6	3	4	6	6	3	2	0	3	5	4
**Eesti venekeelsed nädalalehed	26		26	21	29	20	30	23	26	32	23	22	26	28
*Kohalik leht	44	44		42	45	38	28	44	45	58	50	46	45	38
**Kohalik leht eesti keeles	8		8	7	9	9	9	9	10	7	4	10	7	10
**Kohalik leht vene keeles	27		27	24	29	13	33	22	27	35	28	30	43	22
Eesti ajakirjad	13	18	4	10	16	10	12	14	10	18	13	10	8	6
Venemaa ajalehed ja ajakirjad	6	1	15	4	7	3	8	4	6	7	7	5	5	7
Inglise-, saksa-, soome- vm võõrkeelsed ajalehed-ajakirjad	1	1	2	2	1	2	3	1	0	0	0	1	1	2
Internet	21	24	18	25	18	53	36	25	12	5	1	20	19	31

* Küsimus esitati ainult eestikeelses ankeedis.
** Küsimus esitati ainult venekeelses ankeedis.

Lisatabel 8.10. Erinevate tegevuste ja meediakanalite eelistamine ajaviiteks ja meelelahutuseks (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

Antud võimalust märkinute % rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Ilukirjandus	41	38	46	33	47	17	28	43	51	51	46	28	40	54
Eesti telekanalid	61	86	15	63	60	54	56	60	60	72	67	67	60	59
Venemaa telekanalid	40	16	85	41	40	29	38	44	49	39	36	33	43	42
Globaalsed filmikanalid (Pro 7, TCN, Hallmark jt)	18	10	32	17	18	21	22	19	19	12	11	13	18	20
Populaarteaduslikud telekanalid (Discovery, Animal Planet, National Geographic)	35	25	50	39	30	30	38	39	37	31	24	26	34	47
Muusika kuulamine (raadiost, CD-lt)	66	69	61	65	66	90	84	69	54	49	49	65	70	56
Raadio jutusaated, mängud	30	30	32	29	31	27	23	23	36	32	45	36	29	25
Ajalehed	58	65	44	60	56	49	41	56	66	71	68	57	58	58
Ajakirjad	55	63	41	47	61	58	59	55	53	53	51	49	55	59
Internet	32	34	29	38	27	79	53	32	23	11	4	28	30	40
Arvuti- ja videomängud	21	20	23	31	13	51	38	22	12	4	2	22	20	22
Klubid, peod, seltskond	31	29	35	32	30	63	58	31	19	8	11	28	35	25
Suhtlemine lähedaste inimestega	67	67	68	58	75	63	67	68	72	69	60	62	69	69
Reisid, matkad	36	36	35	33	38	47	38	40	37	27	23	25	36	46
Hobid, harrastused	32	35	27	37	28	54	39	33	34	19	15	28	33	33
Ostukeskustes, kauplustes käimine	21	17	29	13	28	32	28	22	17	15	14	22	22	18
Sportimine, treening	24	23	25	30	18	45	34	27	18	12	6	19	24	29
Lemmikloomaga tegelemine	28	29	27	23	33	32	21	27	36	29	25	30	28	26
Spordivõistlustel käimine	13	12	14	21	6	27	16	12	13	7	5	16	13	10
Teatris, kinos, kontserdil käimine	43	42	44	34	50	53	53	43	42	36	26	33	44	50
Reklaam	3	3	3	3	3	5	2	2	4	3	3	4	3	2

Lisatabel 8.11. Erinevate tegevuste ja meediakanalite eelistamine hingelise tasakaalu allikana (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

Kui Te tunnete vajadust ilu ja tasakaalu järele, otsite harmooniat ja rahustavat keskkonda, kust Te seda leiate?; antud tegevust või kanalit märkinute % rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Looduses viibides	80	82	77	78	82	62	72	83	85	85	84	68	82	86
Ise midagi luues	32	36	24	34	30	27	35	33	34	31	26	23	33	38
Muusikat kuulates	67	68	65	63	71	89	75	68	64	56	55	67	68	64
Pilte vaadates	27	30	20	18	34	22	25	25	28	31	30	22	28	28
Televiisorit vaadates	55	58	48	56	54	50	40	48	59	68	72	69	53	47
Kinos, teatris, näitustel käies	27	29	23	21	32	29	26	25	30	29	21	19	27	33
Raamatuid lugedes	51	49	54	42	58	36	40	50	57	58	60	42	52	54
Internetis surfates	15	16	12	18	12	43	22	13	8	6	2	17	12	17
Arvuti- või videomängu mängides	9	11	7	15	5	25	18	9	4	2	1	13	9	8
Oma kodu korrastades, kaunistades	51	55	46	37	64	34	50	51	57	58	52	45	54	50
Kirikus, usus	14	11	20	9	19	6	12	12	17	20	20	14	15	12
Lähedaste inimestega koos viibides	65	68	60	58	71	53	66	66	65	70	65	66	66	63
Klubis, seltskonnas viibides	19	20	19	20	19	36	29	16	17	11	12	22	19	19
Reisides, uusi paiku vaadates	31	34	27	29	33	38	30	35	33	25	22	27	30	39
Ringi uidates, maastikke ja ehitusi vaadates	30	29	32	29	31	35	28	29	30	33	29	26	30	35
Reklaame jälgides	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	3	1	1
Tantsides, sportides	26	28	23	26	26	47	37	26	24	15	9	22	26	31
Loomi, linde jälgides	34	35	34	32	37	23	26	30	44	41	42	34	34	36

Lisatabel 8.12. Huvi erinevate teemavaldkondade vastu (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

Millise info vastu eelkõige huvi tunnete?; huvitundmist märkinute % rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Oma valla, linna, maakonna info	78	79	77	78	79	59	69	80	85	83	83	70	81	78
Uudised Eestist	85	89	77	84	86	73	80	87	90	89	86	80	85	88
Arvamused ja arutlused	43	51	29	40	46	23	39	41	51	52	51	38	43	51
Korruptsioon, skandaalid	35	39	29	42	29	24	38	37	34	36	35	31	36	35
Majandus, äri, ettevõtlus	25	27	23	31	20	26	29	30	26	23	12	16	24	40
Tuntud isikud, suhted	27	28	27	23	31	38	31	27	26	21	23	29	27	26
Sotsiaalprobleemid	51	50	53	42	59	27	41	46	58	66	64	44	53	53
Seltskonnakroonika	24	24	22	18	30	28	28	25	24	18	17	22	18	24
Maaelu	31	40	15	33	30	11	16	28	39	47	47	40	30	25
Kool, haridus, õppimine	47	47	48	37	56	74	54	51	43	34	30	42	48	51
Tervis	67	67	66	51	80	56	59	62	70	75	79	65	67	66
Seadused, määrused	54	51	60	55	54	39	47	58	58	61	57	46	57	56
Kuritegevus, politsei, kohtud	58	62	50	65	51	56	53	57	53	56	60	64	57	50
Kodu, pere, lapsed	57	56	59	42	69	35	61	66	57	57	46	53	61	50
Noorte elu	40	39	42	32	48	75	51	39	33	26	26	46	43	27
Teaduslikud avastused	40	40	39	46	34	46	48	39	38	32	34	29	39	53
Tehnika, tehnoloogia	30	31	27	52	10	48	40	31	24	20	10	31	27	34
Kunst, kirjandus, teater	31	31	33	20	41	27	26	32	37	31	33	21	30	44
Kirik, religioon	13	9	20	10	15	4	9	9	17	17	24	13	14	12
Mood	26	22	31	11	38	45	31	27	24	17	10	22	27	25
Huumor	54	52	58	60	48	68	56	56	52	50	41	53	56	48
Telesaated, filmid	64	65	61	60	67	70	63	67	60	62	62	69	66	54
Sport	41	44	35	54	29	51	38	42	41	40	36	41	41	40
Loodus	50	52	45	49	50	35	38	46	55	66	62	50	51	48
Tööpakkumised	32	28	41	31	34	29	49	40	36	19	5	26	37	25
Reisid, turism	23	21	26	20	26	29	29	26	20	14	16	15	24	28

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.12. Huvi erinevate teemavaldkondade vastu (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alla kesk	Kesk	Kõrg
Ost-müük	19	19	17	23	14	18	26	24	19	9	6	19	21	11
Ehitus, kinnisvara	13	14	11	18	9	5	22	17	14	9	4	8	15	17
Autod	26	27	24	46	9	33	38	31	26	12	9	28	26	23
Arvutid	19	18	22	28	12	50	33	20	11	6	2	20	19	19
President	23	26	16	23	23	14	12	13	22	40	47	27	21	24
Riigikogu	25	31	13	28	22	10	13	16	28	42	48	23	23	31
Valitsus, ministeeriumid	24	29	15	25	22	11	14	15	28	38	44	21	21	35
Õiguskantsler, riigikontroll	15	18	8	16	14	5	9	8	17	24	32	15	13	19
Statistika, uurimuste andmed	28	27	29	30	26	29	31	24	30	28	27	23	27	34
Poliitikud, erakonnad	14	17	8	16	11	11	9	9	12	20	26	11	12	20
Uudised välismaalt	60	61	57	68	52	63	57	60	64	57	56	52	60	67

Lisatabel 8.13. Meediakasutuse tüpoloogia koondtunnuste (indeksite) alusel

% tüübist

	Kogu-valim	**I tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Eesti ja Lääne)	**II tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**III tüüp:** Väga aktiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti, Vene, Lääne)	**IV tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**V tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene)	**VI tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti)
N	1470	388	267	207	203	195	204
% koguvalimist	100	26,4	18,2	14,1	13,8	13,3	13,9
Kommunikatsioonivahendite omamine: palju + väga palju	38	68	55	35	18	7	3
Eesti meedia jälgimise aktiivsus: suur + väga suur	32	57	14	66	13	4	23
Venemaa meedia jälgimine: ei kasuta üldse	38	51	23	34	5	17	92
Palju + väga palju	25	6	37	12	54	48	3
Lääne meedia jälgimine: ei kasuta üldse	45	31	29	33	28	78	85
Palju + väga palju	26	42	28	32	32	6	1
Raadiokuulamine: palju + väga palju	35	40	22	54	28	26	38
Televaatamine: palju + väga palju	36	31	33	46	39	36	38
Ajalehtede lugemine: palju + väga palju	35	66	9	77	13	2	15
Ajalehtede võrguväljaannete lugemine: ei loe üldse	83	53	82	96	96	100	100
Loeb palju + väga palju	12	36	11	3	2	0	0
Eesti ajakirjade lugemine: ei loe üldse	21	1	35	1	23	71	12
Loeb palju + väga palju	36	68	10	69	13	2	31
Eesti ajakirjade võrguväljaannete lugemine: loeb märkimisväärselt	4	13	0	1	0	0	0
Välismaa ajakirjade lugemine: ei loe üldse	71	62	63	79	54	81	95
Loeb palju + väga palju	12	18	17	6	19	1	1
Arvutikasutus: ei kasuta üldse	52	0	0	91	88	98	99
Palju + väga palju	28	67	40	1	2	0	0
Arvutikasutuse mitmekülgsus: suur ja väga suur	25	66	46	0	0	0	0

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 8.13. Meediakasutuse tüpoloogia koondtunnuste (indeksite) alusel

	Koguvalim	**I tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Eesti ja Lääne)	**II tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**III tüüp:** Väga aktiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti, Vene, Lääne)	**IV tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**V tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene)	**VI tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti)
Internetikasutus: üldse mitte	57	2	7	100	100	100	100
Palju + väga palju	23	59	40	0	0	0	0
Mobiilikasutus: üldse mitte	30	11	15	46	18	59	54
Palju + väga palju	29	55	40	16	24	8	5

Lisatabel 8.14. Meediakasutuse tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis

% tüübist

	Koguvalim	**I tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Eesti ja Lääne)	**II tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**III tüüp:** Väga aktiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti, Vene, Lääne)	**IV tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**V tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Vene)	**VI tüüp:** Passiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti)
Keel: Eesti	65	90	43	89	31	24	96
Vene	35	10	57	11	69	76	4
Sugu: Mehed	47	52	50	43	49	35	42
Naised	53	48	50	57	51	65	58
Vanus: 15–19	10	17	22	1	5	3	3
20–29	18	28	27	20	9	9	4
30–44	27	31	31	27	28	21	21
45–54	18	15	15	21	22	21	16
55–64	14	7	4	20	17	19	28
65–74	12	2	1	22	8	28	28
Haridus: Alla kesk	23	13	20	18	18	35	42
Kesk	57	54	48	65	72	56	50
Kõrg	20	33	31	17	10	9	8
Elukoht: Tallinn	31	35	38	27	36	30	12
Maa	22	21	11	31	13	14	47
Sissetulek: Madal	34	20	31	33	38	47	46
Kõrge	17	33	21	15	7	6	3

Lisatabel 8.15. Meediakasutuse tüpoloogia uudiste ja teadmiste allikate olulisushinnangute alusel

% tüübist, kes pidas antud allikat endale väga oluliseks

	Kogu-valim	**I tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Eesti ja Lääne)	**II tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**III tüüp:** Aktiivne uue meedia kasutaja	**IV tüüp:** Aktiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti)	**V tüüp:** Passiivne meediakasutaja (Vene)	**VI tüüp:** Passiivne meediakasutaja (Eesti ja Vene)
N	1470	253	94	311	353	328	131
% koguvalimist	100	17,2	6,4	21,2	24,0	22,3	8,9
Raamatud	34	67	41	33	26	23	15
Seminarid, konverentsid	22	48	34	30	3	17	9
Töökoht, kool	34	58	40	53	14	26	9
Eesti TV ("Aktuaalne kaamera")	50	89	36	11	90	22	42
Kanal 2 uudised	31	65	17	3	65	2	18
TV3 uudised	38	81	17	13	76	3	18
Globaalkanalite uudised (CNN jt)	11	22	26	4	4	14	8
Venemaa telekanalid	24	15	46	3	5	84	30
Eesti raadiokanalid	23	54	46	7	44	33	30
Eesti päevalehed	39	92	36	35	55	23	14
Eesti nädalalehed	15	51	20	9	15	20	10.
Kohalik leht	31	69	32	21	48	23	17
Eesti ajakirjad	13	47	6	2	12	1	4
Venemaa ajalehed ja ajakirjad	6	4	15	1	0	14	10
Lääne ajalehed ja ajakirjad	1	4	1	1	1	1	0

Lisatabel 8.16. Infoallikate olulisuse tüüpide sotsiaal-demograafiline koosseis

% tüübist

	Koguvalim	**I tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Eesti ja Lääne)	**II tüüp:** Aktiivne traditsioonilise ja uue meedia kasutaja (Vene ja Lääne)	**III tüüp:** Aktiivne uue meedia kasutaja	**IV tüüp:** Aktiivne traditsioonilise meedia kasutaja (Eesti)	**V tüüp:** Passiivne meediakasutaja (Vene)	**VI tüüp:** Passiivne meediakasutaja (Eesti ja Vene)
Keel							
Eesti	65	94	12	97	98	1	41
Vene	35	6	88	3	2	99	59
Sugu							
Mehed	47	44	37	58	46	44	40
Naised	53	56	63	42	54	56	60
Vanus							
15–19	10	9	12	19	4	11	4
20–29	18	18	29	28	10	20	4
30–44	27	32	22	28	24	32	16
45–54	18	16	27	14	19	18	20
55–64	14	16	10	7	19	10	31
65–74	12	9	1	4	24	9	21
Haridus							
Alla kesk	23	18	18	23	31	18	26
Kesk	57	53	57	53	56	62	59
Kõrg	20	29	25	24	13	20	14
Elukoht							
Tallinn	31	29	48	28	20	41	32
Maa	22	30	4	26	37	2	20
Sissetulek							
Madal	34	29	33	26	38	38	37
Kõrge	17	24	16	28	13	9	6

Lisatabel 9.1. Mobiiltelefoni kasutamine rahvarühmades

% rühmast; p < 0,05 (v.a asulatüüpide puhul)

	Kogu-valim	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp*			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Kas Teil on mobiiltelefon?																							
Jah	70,9	75,9	66,5	79,7	94,5	83,6	72,2	47,4	27,3	56,0	73,3	78,7	70,8	70,6	66,2	62,2	76,4	85,6	94,1	74,3	69,0	69,2	69,8
Ei	27,9	23,2	32,1	20,3	4,8	16,1	26,9	47,8	71,6	42,4	25,4	21,0	28,5	27,4	32,4	36,8	21,8	14,4	5,9	23,6	29,5	30,2	29,7
Vastamata	1,2	0,9	1,4	0	0,7	0,2	0,9	4,8	1,2	1,6	1,3	0,3	0,6	2,1	1,5	1,0	1,8	0,0	0,0	2,1	1,5	0,6	0,4
Millal Te hakkasite mobiiltelefoni kasutama?																							
Sellel või eelmisel aastal	17,7	14,4	18,6	33,1	14,4	15,2	19,1	15,9	15,6	20,2	18,0	11,4	16,3	19,8	22,0	19,0	14,6	15,2	6,8	17,5	17,4	16,8	18,1
Paar-kolm aastat tagasi	28,0	26,2	29,5	36,3	38,2	31,3	29,0	17,4	9,9	22,8	31,1	23,8	26,1	31,7	30,7	24,6	30,2	29,2	16,3	28,1	29,2	27,7	27,2
Neli-viis aastat tagasi	15,1	19,2	11,6	10,3	32,6	17,1	14,0	7,0	0,6	10,6	14,5	23,8	16,7	12,2	8,2	12,4	20,6	22,9	31,7	15,5	15,9	16,5	13,3
Varem kui viis aastat tagasi	9,9	16,0	4,6	0,0	9,3	19,8	9,8	6,6	1,1	2,5	9,6	19,1	11,6	6,6	5,2	5,9	11,1	18,3	36,9	13,2	6,2	8,3	10,0
Ei kasuta	29,3	24,2	33,7	20,3	5,5	16,6	28,2	53,1	72,7	44,0	26,9	22,0	29,4	29,6	33,8	38,1	23,6	14,4	8,3	25,7	31,4	30,8	30,7
Kas tänu mobiiltelefonile on Teie tavatelefoniga peetavate kõnede arv...																							
... vähenenud	27,5	33,4	22,4	34,9	39,0	28,4	33,9	17,4	5,4	16,3	27,4	39,3	29,3	24,7	19,0	23,8	33,2	41,5	52,0	32,0	20,6	28,8	26,5
... jäänud enam-vähem samaks	19,9	19,6	20,1	22,3	17,2	24,8	21,2	17,3	12,1	15,5	20,6	22,6	18,7	21,6	16,0	19,2	25,1	23,4	20,4	27,1	13,3	17,7	18,2
... suurenenud	1,8	2,8	0,9	3,7	3,5	2,5	0,0	0,5	0,5	1,6	1,7	2,6	2,0	1,6	1,5	1,4	2,6	1,2	3,6	2,5	1,1	2,1	1,4
Pole tavatelefoni olnudki	8,8	8,7	8,8	6,5	16,4	9,9	7,4	5,2	3,2	11,4	9,5	3,7	8,3	9,3	11,7	8,1	5,4	6,2	7,4	3,1	16,5	7,2	10,6
Olen tavatelefonist loobunud	11,6	10,2	12,8	11,5	16,8	15,9	9,3	6,0	4,4	10,4	13,1	8,2	11,2	12,4	16,7	8,9	8,5	11,5	8,4	9,2	14,7	12,7	11,2
Vastamata	30,5	25,3	35,0	21,1	7,0	18,5	28,3	53,6	74,4	44,9	27,7	23,7	30,6	30,5	35,1	38,6	25,2	16,2	8,3	26,1	33,8	31,5	32,0
Mobiilikasutuse aktiivsus																							
Puudub, ei kasuta mobiili	30,1	25,0	34,6	21,8	5,8	17,3	28,7	53,1	75,4	44,6	27,5	23,6	30,2	30,5	34,3	39,2	23,9	15,7	9,4	27,5	31,4	31,1	31,3
Vähene	12,6	10,1	14,8	4,2	4,5	11,3	18,6	20,1	16,7	13,5	13,4	7,9	10,4	15,8	14,2	14,8	10,8	11,0	5,8	9,8	17,1	13,8	11,7
Märkimisväärne	28,0	28,7	27,4	22,3	39,0	37,1	28,9	18,3	6,8	21,7	29,4	31,2	28,2	28,5	29,2	24,6	32,7	25,5	25,3	26,4	29,4	26,8	29,5
Suur	15,3	17,7	13,2	26,0	24,7	17,9	15,0	3,8	1,0	10,5	16,1	18,6	15,3	15,2	12,8	11,9	16,1	23,9	22,3	15,9	13,4	18,0	14,0
Väga suur	14,0	18,5	10,1	25,7	26,0	16,4	8,9	4,7	0,0	9,7	13,6	18,7	15,9	10,1	9,5	9,4	16,5	23,8	37,3	20,3	8,8	10,4	13,5

* p = 0,05 (v.a mobiilikasutuse aktiivsus).

Lisatabel 9.2. Arvutikasutamise kohad ja sagedus rahvarühmades (arvutikasutajate alavalim)

% rühmast; N = 711

	Kõik arvutikasutajad	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Millal hakkasite arvutit kasutama?																							
Sellel või eelmisel aastal	22,3	19,1	25,5	11,5	19,0	27,2	26,0	25,9	46,7	22,5	29,5	10,3	19,4	29,3	36,4	23,1	22,5	12,7	4,2	16,3	28,5	28,6	21,6
2–5 aastat tagasi	49,7	49,9	49,6	69,1	48,6	41,8	48,8	38,6	53,3	62,1	49,1	44,7	50,1	48,9	44,8	59,7	41,8	55,2	43,6	48,0	48,7	48,3	53,8
Enam kui 5 aastat tagasi	28,0	31,0	25,0	19,3	32,5	31,0	25,2	35,5	0,0	15,4	21,5	45,0	30,6	21,8	18,8	17,2	35,7	32,1	52,2	35,8	22,8	23,1	24,6
Arvutikasutuse sagedus tööl ja koolis																							
Mõni kord kuus või harvem	9,3	9,0	9,5	13,4	9,6	9,1	6,6	3,0	0,0	16,3	11,7	3,0	8,0	12,4	11,3	14,4	8,9	5,6	1,6	9,3	7,1	10,1	9,7
Paar korda nädalas	25,5	22,1	28,8	56,5	27,1	12,2	11,3	12,0	25,3	59,5	23,4	12,4	23,7	30,8	38,9	32,6	20,1	16,8	8,8	26,1	30,9	24,7	22,3
Praktiliselt iga päev	65,2	68,9	61,7	30,1	63,3	78,7	82,0	85,0	74,7	24,2	65,0	84,5	68,3	56,8	49,8	52,9	71,1	77,5	89,5	64,6	62,0	65,2	68,0
Arvutikasutuse sagedus kodus																							
Mõni kord kuus või harvem	10,9	8,0	14,4	5,4	7,1	18,0	7,6	14,1	0,0	11,7	11,6	9,1	10,3	12,2	13,4	13,1	8,7	10,2	6,4	11,7	10,6	10,6	10,0
Paar korda nädalas	30,5	27,4	34,3	23,9	26,6	30,6	36,6	41,0	63,6	20,8	34,0	29,6	32,1	27,6	32,0	31,2	32,5	31,0	25,2	30,3	27,5	26,4	35,6
Praktiliselt iga päev	58,6	64,6	51,4	70,7	66,3	51,4	55,8	44,9	36,4	67,5	54,5	61,3	57,6	60,2	54,6	55,7	58,8	58,7	68,4	58,0	61,9	62,9	54,4
Arvutikasutuse sagedus avalikus internetipunktis (AIP-s)																							
Mõni kord kuus või harvem	77,4	80,0	74,5	69,1	84,6	76,2	80,0	74,1	80,6	70,4	77,3	81,9	77,2	78,9	68,8	75,4	95,4	73,9	86,4	82,8	83,2	64,1	75,7
Paar korda nädalas või sagedamini	22,6	20,0	25,5	30,9	15,4	23,8	20,0	25,9	19,4	29,6	22,7	18,1	22,8	21,1	31,2	24,6	4,6	26,1	13,6	17,2	16,8	35,9	24,3
Arvutikasutuse sagedus sõprade ja sugulaste juures																							
Mõni kord kuus või harvem	79,8	79,9	79,6	69,9	81,9	83,6	94,6	100,0	100,0	71,7	80,4	85,8	82,4	74,4	82,6	74,3	82,2	82,9	73,2	81,6	73,2	82,6	79,9
Paar korda nädalas või sagedamini	20,2	20,1	20,4	30,1	18,1	16,4	5,4	0,0	0,0	28,3	19,6	14,2	17,6	25,6	17,4	25,7	17,8	17,1	26,8	18,4	26,8	17,4	20,1

Lisatabel 9.3. Arvutikasutajate tüübid, arvutikasutusoskused ja arvutikasutuse mitmekülgsus rahvarühmades (arvutikasutajate alavalim)

% rühmast; N = 711

	Kõik arvuti-kasu-tajad	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Me-hed	Nai-sed	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pea-linn	Suur linn	Muu linn	Maa
Arvutikasutajate tüübid (arvutikasutajate tüüpide alavalim, N = 613)																							
Aktiivne, mitmekülgne mängija	18,2	26,9	9,3	28,6	24,3	17,2	4,8	0,0	0,0	33,6	21,2	7,4	17,0	20,5	18,2	17,0	20,2	18,6	18,2	19,3	20,6	18,9	14,8
Erialane, töine kasutaja	16,7	19,0	14,4	21,4	17,8	14,8	13,6	18,4	0,0	14,2	12,8	23,7	14,5	22,5	17,1	14,7	17,0	14,2	23,0	22,8	11,3	19,6	9,6
Kontoritarkvara ja Interneti kasutaja	37,5	29,4	45,8	27,8	33,7	39,1	44,5	60,8	31,5	20,4	30,4	56,2	42,9	25,2	30,8	36,4	36,2	41,5	53,5	38,2	37,2	34,4	39,2
Kontoritarkvara kasutaja	5,5	3,6	7,5	4,0	3,8	6,9	8,7	2,4	10,6	3,7	6,0	5,6	4,8	7,1	11,0	3,5	4,1	4,9	1,8	4,5	4,1	6,6	6,8
Vähekasutaja	22,1	21,1	23,1	18,2	20,4	22,1	28,4	18,4	57,8	27,9	29,4	7,1	20,8	24,7	22,9	28,4	22,5	20,8	3,5	15,3	26,7	20,5	29,7
Arvuti kasutamise mitmekülgsus																							
Puudub, ei kasuta	7,4	4,6	10,1	4,6	5,0	6,9	9,2	14,6	30,6	8,5	9,6	3,7	6,8	9,1	9,4	11,8	4,8	3,4	3,0	7,1	6,6	11,1	5,2
Vähene	19,5	16,9	22,1	11,5	10,4	22,3	33,5	23,2	46,8	15,4	21,9	15,1	19,0	19,9	25,7	19,1	16,6	19,7	10,6	16,4	17,8	17,1	26,5
Märkimisväärne	19,7	17,1	22,2	13,8	20,1	21,6	19,9	25,6	17,0	14,4	20,1	22,7	21,3	16,9	17,4	21,5	19,0	24,3	15,7	16,6	20,1	21,1	22,3
Suur	34,0	34,0	34,0	37,0	36,8	33,4	32,3	30,3	5,5	30,1	30,8	40,8	35,7	30,2	27,7	36,9	37,9	32,1	39,0	35,3	40,1	26,0	35,2
Väga suur	19,5	27,4	11,6	33,2	27,7	15,8	5,1	6,3	0,0	31,5	17,7	17,7	17,2	24,0	19,8	10,7	21,7	20,4	31,7	24,6	15,5	24,6	10,8
Arvutikasutuse oskused																							
Puuduvad, ei kasuta	11,5	8,2	14,7	5,4	7,9	11,3	18,5	18,8	36,3	11,2	15,0	6,7	10,8	13,1	15,1	15,0	10,2	6,9	4,5	9,3	13,4	14,2	11,0
Vähesed	23,3	18,6	28,0	11,1	15,1	27,0	36,3	32,2	52,3	18,2	24,5	21,2	23,6	22,9	27,3	21,4	22,3	25,3	12,1	21,3	21,7	22,7	27,3
Märkimisväärsed	23,1	17,2	29,0	24,9	24,9	22,7	21,3	23,2	5,8	26,4	23,0	22,8	25,2	18,4	23,3	21,2	28,1	21,3	21,5	20,3	23,1	26,4	24,1
Suured	21,6	25,0	18,2	23,0	22,9	23,9	18,0	15,2	5,5	21,9	17,2	29,0	21,7	22,0	18,9	22,7	16,8	25,3	35,1	22,7	28,3	15,9	20,7
Väga suured	20,5	30,9	10,3	35,7	29,2	15,1	5,9	10,6	0,0	22,3	20,3	20,3	18,7	23,6	15,4	19,7	22,7	21,2	26,8	26,3	13,5	20,8	16,9

Lisatabel 9.4. Interneti kasutamise sagedus ja Interneti kasutuspraktikad rahvarühmades (internetikasutajate alavalim)

% rühmast; N = 631

	Kõik internetikasutajad	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Kas kasutate Internetti_ (arvutikasutajate alavalim, N = 711)																							
Jah	89,2	91,4	86,9	96,6	91,0	88,4	86,6	83,2	52,3	92,1	85,3	94,6	90,4	86,6	84,2	84,6	89,7	95,3	98,4	92,2	87,1	86,1	88,9
Ei	10,8	8,6	13,1	3,4	9,0	11,6	13,4	16,8	47,7	7,9	14,7	5,4	9,6	13,4	15,8	15,4	10,3	4,7	1,6	7,8	12,9	13,9	11,1
Millal hakkasite Internetti kasutama?																							
Sel või eelmisel aastal	33,3	31,6	35,0	26,6	28,2	38,5	41,9	27,0	45,3	33,2	41,1	20,9	29,1	43,1	42,7	34,4	35,6	27,6	13,4	27,9	43,4	36,6	32,0
Paar-kolm aastat tagasi	38,0	37,1	38,9	49,0	36,6	31,3	36,1	45,4	44,2	51,3	32,0	41,2	38,2	38,5	33,0	40,1	32,8	46,5	38,7	37,2	29,6	36,0	45,5
Enam kui neli aastat tagasi	28,8	31,3	26,1	24,4	35,2	30,2	22,1	27,5	10,5	15,5	26,9	37,9	32,7	18,4	24,3	25,5	31,6	25,9	48,0	34,9	27,1	27,4	22,5
Internetile kuluv aeg tööpäeval																							
Kuni 45 minutit	42,7	39,4	46,2	39,7	37,5	39,8	59,1	39,3	79,2	42,0	43,4	40,9	44,1	39,8	52,9	45,8	41,7	36,5	25,4	41,8	40,3	40,3	47,0
46–90 minutit	25,5	28,8	21,9	23,5	20,8	31,9	23,2	29,1	10,5	24,6	23,7	28,0	25,2	27,1	23,2	24,2	30,0	19,7	31,5	25,0	16,9	27,5	29,2
Poolteist kuni kolm tundi	17,0	17,7	16,3	23,3	16,0	17,2	11,2	18,5	10,3	20,6	16,5	16,9	16,3	18,7	14,7	14,5	14,2	29,4	16,8	13,0	24,5	20,6	15,3
Kolm tundi ja enam	14,8	14,1	15,6	13,5	25,6	11,0	6,6	13,0	0,0	12,9	16,4	14,1	14,3	14,3	9,2	15,5	14,1	14,4	26,3	20,1	18,3	11,5	8,4
Internetile kuluv aeg puhkepäeval																							
Kuni 45 minutit	35,3	32,7	38,6	21,8	36,3	37,2	45,8	43,5	50,0	22,4	35,7	41,5	36,9	32,0	32,1	42,9	30,0	36,7	40,9	38,2	24,3	31,4	40,7
46–90 minutit	24,8	24,7	24,9	26,3	19,8	23,7	30,8	33,3	50,0	24,3	21,9	29,8	27,5	19,3	33,8	21,2	27,1	17,8	21,5	23,4	34,0	22,1	24,0
Poolteist kuni kolm tundi	19,9	22,4	16,9	20,6	17,3	24,6	19,7	9,4	0,0	19,4	23,2	15,1	18,0	24,2	17,8	20,3	21,4	20,6	14,9	15,0	22,8	27,4	19,1
Kolm tundi ja enam	19,9	20,2	19,6	31,3	26,6	14,4	3,7	13,9	0,0	33,8	19,3	13,6	17,5	24,5	16,4	15,6	21,5	24,8	22,7	23,4	18,9	19,1	16,2
Interneti kasutussagedus tööl ja kbolis																							
Mõni kord kuus või harvem	12,2	9,8	14,7	18,6	11,5	10,7	11,8	3,3	0,0	22,6	13,7	6,9	9,8	19,2	16,7	21,0	10,7	5,6	3,2	13,9	19,4	10,7	7,0
Paar korda nädalas	28,0	26,0	30,1	56,9	28,1	14,7	17,5	9,9	53,1	55,0	27,4	15,4	27,2	30,9	43,6	37,2	22,0	19,1	9,9	24,5	28,1	32,7	29,4
Praktiliselt iga päev	59,8	64,2	55,2	24,5	60,3	74,5	70,7	86,9	46,9	22,4	58,9	77,8	63,0	49,9	39,7	41,8	67,3	75,4	87,0	61,7	52,6	56,6	63,5

Jätkub ...

JÄRG: Lisatabel 9.4. Interneti kasutamise sagedus ja Interneti kasutuspraktikad rahvarühmades (internetikasutajate alavalim)

	Kõik interneti-kasutajad	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Interneti kasutussagedus tööl ja koolis																							
Mõni kord kuus või harvem	12,2	9,8	14,7	18,6	11,5	10,7	11,8	3,3	0,0	22,6	13,7	6,9	9,8	19,2	16,7	21,0	10,7	5,6	3,2	13,9	19,4	10,7	7,0
Paar korda nädalas	28,0	26,0	30,1	56,9	28,1	14,7	17,5	9,9	53,1	55,0	27,4	15,4	27,2	30,9	43,6	37,2	22,0	19,1	9,9	24,5	28,1	32,7	29,4
Praktiliselt iga päev	59,8	64,2	55,2	24,5	60,3	74,5	70,7	86,9	46,9	22,4	58,9	77,8	63,0	49,9	39,7	41,8	67,3	75,4	87,0	61,7	52,6	56,6	63,5
Interneti kasutussagedus kodus																							
Mõni kord kuus või harvem	14,5	11,1	18,9	7,0	13,4	19,9	11,7	18,2	33,7	13,5	13,3	17,4	14,3	16,5	22,5	17,0	11,3	14,5	4,7	12,8	23,6	8,2	17,7
Paar korda nädalas	30,4	29,3	31,8	24,5	27,0	32,3	34,1	40,9	32,5	18,5	32,7	31,2	33,2	23,5	22,3	36,3	31,9	33,6	29,8	31,3	21,3	35,2	29,6
Praktiliselt iga päev	55,0	59,6	49,3	68,5	59,6	47,8	54,2	40,9	33,7	68,0	54,1	51,4	52,5	60,0	55,2	46,6	56,8	51,8	65,6	56,0	55,1	56,5	52,7
Interneti kasutussagedus avalikus internetipunktis (AIP-s)																							
Mõni kord kuus või harvem	79,0	78,4	79,6	70,9	85,2	78,2	77,0	100,0	100,0	63,9	82,3	84,9	78,8	78,8	67,7	80,0	95,4	78,8	82,4	79,4	89,4	69,0	79,4
Paar korda nädalas või sagedamini	21,0	21,6	20,4	29,1	14,8	21,8	23,0	0,0	0,0	36,1	17,7	15,1	21,2	21,2	32,3	20,0	4,6	21,2	17,6	20,6	10,6	31,0	20,6
Interneti kasutussagedus sõprade ja sugulaste juures																							
Mõni kord kuus või harvem	80,4	80,1	80,6	70,1	81,3	89,6	94,0	100,0	0,0	70,4	80,7	88,3	83,2	72,9	83,3	73,1	85,3	84,5	71,1	80,5	77,4	77,7	84,9
Paar korda nädalas või sagedamini	19,6	19,9	19,4	29,9	18,7	10,4	6,0	0,0	0,0	29,6	19,3	11,7	16,8	27,1	16,7	26,9	14,7	15,5	28,9	19,5	22,6	22,3	15,1
Internetikasutajate klastrid																							
Mitmekülgne, interaktiivne võrgusolija	14,3	18,2	10,5	13,8	24,8	11,7	5,4	6,3	0,0	17,7	15,6	12,4	13,4	14,0	8,9	13,8	15,7	17,0	23,9	15,6	15,8	17,9	8,6
Mitmekülgne infokasutaja	15,9	13,7	18,0	5,0	14,4	21,5	21,8	19,2	0,0	2,3	12,7	28,0	17,4	13,1	8,4	10,5	21,3	17,6	34,9	15,2	7,2	18,7	19,8
Suhtleja	17,7	16,4	19,0	44,9	16,8	8,8	8,6	6,0	0,0	43,2	16,6	6,5	15,2	23,5	27,7	19,2	10,1	14,9	9,2	17,8	21,6	18,4	14,7
Eraeluliste teenuste kasutaja	13,9	9,9	17,8	1,1	18,7	17,1	15,5	13,0	9,8	3,5	14,4	17,8	15,2	11,3	12,4	17,4	13,0	14,4	10,7	15,0	14,6	11,8	13,5
Virtuaalses avalikkuses osaleja	18,2	22,6	13,8	26,0	16,5	16,5	14,7	23,5	0,0	19,6	17,6	17,5	19,1	16,9	17,0	16,9	20,4	20,4	12,3	21,0	17,6	13,9	18,2
Vähekasutaja	20,0	19,1	20,9	9,3	8,7	24,3	34,0	32,0	90,2	13,7	23,1	17,8	19,7	21,3	25,6	22,2	19,5	15,8	9,1	15,4	23,4	19,3	25,2

Jätkub ...

JÄRG: Lisatabel 9.4. Interneti kasutamise sagedus ja Interneti kasutuspraktikad rahvarühmades (internetikasutajate alavalim)

	Kõik interneti-kasutajad	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Kas olete Interneti vahendusel tutvunud uute inimestega?																							
Jah	37,8	38,6	37,0	78,1	50,8	24,3	7,3	4,8	0,0	71,1	37,5	22,3	34,3	45,0	41,2	38,7	32,5	36,6	37,2	39,7	39,5	39,9	32,7
Ei	62,2	61,4	63,0	21,9	49,2	75,7	92,7	95,2	100,0	28,9	62,5	77,7	65,7	55,0	58,8	61,3	67,5	63,4	62,8	60,3	60,5	60,1	67,3
Kas olete nende inimestega ka vahetult kokku saanud?																							
Jah	61,1	63,6	58,3	56,4	66,0	58,5	83,6	47,8	0,0	53,4	60,8	75,5	63,5	54,4	52,9	60,6	61,5	64,8	76,2	71,5	47,2	56,2	58,6
Ei	38,9	36,4	41,7	43,6	34,0	41,5	16,4	52,2	0,0	46,6	39,2	24,5	36,5	45,6	47,1	39,4	38,5	35,2	23,8	28,5	52,8	43,8	41,4
Kas Te olete e-maili teel teinud info/teabepäringuid, küsinud konsultatsiooni asutustelt, institutsioonidelt?																							
Jah	33,6	41,4	25,9	24,9	40,1	35,1	33,9	32,0	10,8	24,1	29,9	45,2	38,0	22,0	26,7	25,6	32,9	41,8	59,8	38,5	18,6	33,4	36,1
Ei	57,6	52,8	62,4	70,6	53,5	55,8	54,8	53,4	58,5	67,4	58,5	49,9	54,3	66,6	63,9	61,8	57,6	54,0	37,4	52,6	72,0	56,2	57,0
Vastamata	8,8	5,8	11,7	4,6	6,5	9,1	11,3	14,7	30,6	8,5	11,6	4,9	7,7	11,5	9,4	12,6	9,5	4,2	2,9	8,9	9,4	10,4	6,9
Kas Te olete saatnud e-kirju ametiasutustele, poliitikutele?																							
Jah	26,2	26,7	25,6	13,7	27,5	31,9	26,9	32,4	10,8	10,1	21,1	44,1	33,9	8,2	17,4	26,0	21,5	34,7	52,2	27,4	21,3	26,3	27,3
Ei	65,7	68,3	63,2	81,8	66,5	59,9	62,7	55,2	58,5	81,4	68,0	52,2	59,2	80,8	73,1	61,4	71,9	60,4	46,5	64,2	69,3	64,5	66,8
Vastamata	8,1	5,0	11,2	4,6	5,9	8,3	10,4	12,5	30,6	8,5	11,0	3,7	6,8	11,0	9,4	12,6	6,6	4,9	1,4	8,5	9,4	9,2	5,8
Kas Te olete saatnud e-kirju mõnda tele- või raadiosaatesse?																							
Jah	16,1	18,6	13,5	34,2	22,7	9,9	2,9	4,4	0,0	28,0	16,1	10,6	18,2	10,4	18,3	14,7	14,6	16,6	20,2	15,3	15,5	20,1	14,1
Ei	75,8	76,4	75,2	61,3	71,8	81,8	85,6	83,2	69,4	63,5	73,2	85,8	74,9	78,5	71,6	72,6	78,8	79,2	78,4	76,5	75,1	79,7	79,4
Vastamata	8,1	5,0	11,3	4,6	5,5	8,3	11,5	12,5	30,6	8,5	10,8	3,7	6,9	11,0	10,1	12,6	6,6	4,2	1,4	8,1	9,4	9,2	6,5
Kas Teil on oma isiklik veebileht?																							
Jah	14,6	14,8	14,4	19,3	16,4	12,5	9,4	19,5	0,0	13,4	14,0	15,8	12,3	19,7	13,1	13,2	14,9	15,6	23,7	20,3	13,0	16,7	6,5
Ei	85,4	85,2	85,6	80,7	83,6	87,5	90,6	80,5	100,0	86,6	86,0	84,2	87,7	80,3	86,9	86,8	85,1	84,4	76,3	79,7	87,0	83,3	93,5

Lisatabel 9.5. Interneti kasutusaeg, kasutuskoht ja kommunikatiivne käitumine internetikasutajate tüüpides

% tüübist; N = 550

	Mitmekülgne, inter-aktiivne võrgusolija	Mitmekülgne infokasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähekasutaja
Internetile kuluv aeg tööpäeval						
Kuni 45 minutit	23,3	26,3	31,5	50,9	46,9	74,3
46–90 minutit	28,4	26,1	26,2	29,9	22,5	18,3
Poolteist kuni kolm tundi	20,0	25,2	28,5	9,2	16,4	3,6
Kolm tundi ja enam	28,4	22,5	13,9	10,1	14,2	3,8
Internetile kuluv aeg puhkepäeval						
Kuni 45 minutit	22,0	44,2	15,5	56,5	27,7	56,7
46–90 minutit	19,3	18,8	17,7	26,6	29,3	34,1
Poolteist kuni kolm tundi	33,1	28,2	24,5	11,3	21,6	5,4
Kolm tundi ja enam	25,6	8,8	42,3	5,6	21,4	3,7
Interneti kasutamise sagedus tööl ja koolis						
Mõni kord kuus või harvem	11,7	0,0	12,6	13,4	13,2	23,6
Paar korda nädalas	25,9	12,6	47,3	23,3	29,3	33,1
Praktiliselt iga päev	62,5	87,4	40,1	63,3	57,5	43,3
Interneti kasutamise sagedus kodus						
Mõni kord kuus või harvem	0,0	3,6	5,7	36,4	9,8	29,3
Paar korda nädalas	20,3	36,9	25,1	29,4	27,1	58,8
Praktiliselt iga päev	79,7	59,5	69,3	34,3	63,1	11,9
Interneti kasutamise sagedus avalikus internetipunktis (AIP-s)						
Mõni kord kuus või harvem	81,8	91,5	65,3	84,3	82,0	94,2
Paar korda nädalas või sagedamini	18,2	8,5	34,7	15,7	18,0	5,8
Interneti kasutamise sagedus sõprade ja sugulaste juures						
Mõni kord kuus või harvem	81,1	79,3	68,6	89,6	88,2	91,3
Paar korda nädalas või sagedamini	18,9	20,7	31,4	10,4	11,8	8,7

Jätkub ...

JÄRG: Lisatabel 9.5. Interneti kasutusaeg, kasutuskoht ja kommunikatiivne käitumine internetikasutajate tüüpides

	Mitmekülgne, inter-aktiivne võrgusolija	Mitmekülgne infokasutaja	Suhtleja	Eraeluliste teenuste kasutaja	Virtuaalses avalikkuses osaleja	Vähekasutaja
Kas olete Interneti vahendusel tutvunud uute inimestega?						
Jah	72,7	27,1	71,2	21,4	37,7	3,9
Ei	27,3	72,9	28,8	78,6	62,3	96,1
Kas olete nende inimestega ka vahetult kokku saanud?						
Jah	68,9	54,4	60,3	76,2	55,2	73,8
Ei	31,1	45,6	39,7	23,8	44,8	26,2
Kas Te olete e-maili teel teinud info/teabepäringuid, küsinud konsultatsiooni asutustelt, institutsioonidelt?						
Jah	57,0	59,9	28,2	31,8	37,7	9,3
Ei	43,0	37,0	71,8	66,9	62,3	90,7
Kas Te olete saatnud e-kirju ametiasutustele, poliitikutele?						
Jah	42,5	54,5	14,4	33,0	25,2	11,8
Ei	57,5	45,5	85,6	65,8	74,8	88,2
Kas Te olete saatnud e-kirju mõnda tele- või raadiosaatesse?						
Jah	42,0	12,2	24,7	8,6	14,9	4,5
Ei	58,0	87,8	75,3	90,1	85,1	95,5
Kas Teil on oma isiklik veebileht?						
Jah	25,8	12,9	21,8	10,5	16,1	2,9
Ei	74,2	87,1	78,2	89,5	83,9	97,1
Millal hakkasite Internetti kasutama?						
Sellel või eelmisel aastal	26,9	15,7	33,0	41,3	23,4	49,7
Paar-kolm aastat tagasi	37,2	39,3	40,9	30,7	40,1	35,8
Enam kui neli aastat tagasi	35,9	45,0	26,1	28,1	36,5	14,4

Lisatabel 9.6. Olulisushinnangud erinevatele arvamuse avaldamise ja suhtluskanalitele (rahvarühmades)

Keskmised 5-pallisel skaalal

	Kogu valim	Sugu		Vanus						Haridus			Keel		Kuusissetulek pereliikme kohta					Asulatüüp			
		Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg	Eesti	Vene	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000	Pealinn	Suur linn	Muu linn	Maa
Kui olulised on inimeste arvamuse väljendamiseks Teie meelest järgmised kanalid?																							
Lugejakirjad	3,6	**3,5**	**3,7**	**3,2**	**3,4**	**3,5**	**3,7**	**4,0**	**4,1**	3,7	3,6	3,5	3,6	3,6	**3,7**	**3,7**	**3,6**	**3,4**	**3,1**	3,5	3,5	3,7	3,7
Foorumid ja küsitlused Internetis	3,3	3,3	3,3	3,4	3,3	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,4	3,2	3,3	3,2	3,4	3,3	3,3	3,3	3,2
Avaliku arvamuse uuringud	3,8	3,8	3,8	**3,8**	**3,7**	**3,7**	**3,9**	**4,0**	**4,1**	3,9	3,8	3,8	**3,8**	**4,0**	3,9	3,8	3,8	3,8	3,7	3,9	3,9	3,8	3,8
Telesaates esinemine	3,7	3,6	3,7	**3,5**	**3,5**	**3,6**	**3,8**	**3,7**	**3,9**	3,6	3,7	3,6	**3,6**	**3,8**	3,7	3,7	3,8	3,6	3,5	3,6	3,8	3,6	3,7
Telesaatesse helistamine	3,2	3,1	3,3	3,2	3,2	3,1	3,3	3,3	3,3	**3,4**	**3,3**	**2,9**	**3,1**	**3,5**	**3,4**	**3,2**	**3,3**	**3,0**	**2,8**	3,2	3,3	3,3	3,1
Raadios esinemine	3,5	3,4	3,5	**3,2**	**3,4**	**3,4**	**3,7**	**3,6**	**3,7**	3,5	3,5	3,3	**3,4**	**3,6**	3,5	3,5	3,5	3,3	3,3	3,4	3,5	3,5	3,4
Raadiosaatesse helistamine	3,2	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	3,3	3,3	3,2	**3,3**	**3,3**	**2,9**	**3,1**	**3,5**	**3,4**	**3,1**	**3,2**	**3,0**	**2,9**	3,2	3,3	3,2	3,1
Meililistid	2,9	2,9	2,9	2,8	3,0	2,9	2,9	3,1	2,8	3,0	2,9	3,0	2,9	2,9	2,9	2,8	2,9	3,1	3,0	2,9	3,0	2,9	2,9
Kommentaarid ja vastukajad portaalides ja online-väljaannetes	3,2	3,2	3,2	3,4	3,2	3,1	3,1	3,2	3,1	**3,4**	**3,2**	**3,0**	3,2	3,1	**3,3**	**3,0**	**3,1**	**3,2**	**3,1**	3,2	3,2	3,1	3,2
Kui olulised on Teile teiste inimestega suhtlemisel järgmised kanalid?																							
Isiklik vahetu suhtlemine	4,7	4,7	4,7	4,7	4,8	4,7	4,8	4,7	4,7	**4,6**	**4,8**	**4,8**	**4,7**	**4,8**	4,7	4,8	4,7	4,7	4,7	4,8	4,7	4,7	4,7
Lauatelefon	4,0	**3,8**	**4,1**	**3,6**	**3,6**	**3,9**	**4,1**	**4,4**	**4,5**	3,9	4,0	4,1	**3,9**	**4,1**	**4,0**	**4,1**	**4,0**	**3,8**	**3,8**	4,1	3,9	4,1	3,9
Mobiiltelefoniga helistamine	4,0	4,0	4,0	**3,9**	**4,3**	**3,8**	**4,0**	**4,1**	**3,6**	4,0	4,0	3,9	4,0	4,0	4,0	3,9	4,0	4,0	4,1	4,0	4,0	4,1	4,0
SMS-sõnumite vahetamine	3,2	**3,0**	**3,3**	**3,5**	**3,6**	**2,9**	**2,9**	**3,0**	**2,9**	3,2	3,2	3,0	3,1	3,2	**3,3**	**3,0**	**3,1**	**3,1**	**3,1**	3,3	3,2	3,3	3,0
Kirjad ja postkaardid	3,4	**3,2**	**3,6**	**3,1**	**3,2**	**3,2**	**3,3**	**3,6**	**3,9**	3,4	3,4	3,3	**3,2**	**3,8**	**3,6**	**3,4**	**3,2**	**3,2**	**2,9**	3,3	3,7	3,5	3,1
E-mail	3,6	3,6	3,6	3,7	3,8	3,5	3,5	3,7	3,2	3,3	3,5	3,9	3,5	3,7	**3,4**	**3,4**	**3,7**	**3,9**	**3,8**	**3,7**	**3,6**	**3,7**	**3,4**
Kiirteadete vahetus (ICQ, AOL, MSN)	3,0	3,0	2,9	**3,3**	**3,2**	**2,7**	**2,9**	**2,7**	**2,9**	2,9	3,0	3,0	**2,8**	**3,2**	3,0	2,7	3,0	3,2	3,1	3,1	3,1	3,0	2,8
Jututoad	2,7	2,6	2,7	**3,1**	**2,7**	**2,5**	**2,3**	**2,8**	**2,5**	**3,0**	**2,6**	**2,5**	**2,6**	**2,9**	2,9	2,5	2,7	2,6	2,3	**2,6**	**2,9**	**2,9**	**2,4**

Paksu kirjaga on esile tõstetud rühmadevaheline erinevus olulisuse nivool $p < 0,05$ (ANOVA).

Lisatabel 10.1. Poliitilise tüpoloogia tüüpide vanuseline koosseis

	15–19		20–29		30–44		45–54		55–64		65–74		Tüübis kokku	
	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	% tüübist	N	%
1. tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	**9**	**14,3**	**20**	**31,7**	20	31,7	5	7,9	3	4,8	6	9,5	63	100
2. tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	4	3,3	**34**	**27,9**	**45**	**36,9**	21	17,2	10	8,2	8	6,6	133	100
3. tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	4	4,6	14	16,1	23	26,4	19	21,8	16	18,4	11	12,6	87	100
4. tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	2	2,7	15	20,0	25	33,3	15	20,0	**15**	**20,0**	3	4,0	75	100
5. tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	2	2,5	10	12,3	23	28,4	16	19,8	15	18,5	**15**	**18,5**	81	100
6. tüüp (passiivne, määratletud)	7	5,7	**31**	**25,4**	**48**	**39,3**	16	13,1	14	11,5	6	4,9	122	100
7. tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	11	4,9	**58**	**25,8**	59	26,2	40	17,8	32	14,2	25	11,1	225	100
8. tüüp (aktiivne, määratletud)	8	3,3	25	10,3	62	25,5	44	18,1	**55**	**22,6**	**49**	**20,2**	243	100
9. tüüp (väga aktiivne, määratletud)	**8**	**7,4**	16	14,8	23	21,3	**31**	**28,7**	10	9,3	**20**	**18,5**	108	100
Kogu alavalim	55	4,9	223	19,8	328	29,1	207	18,4	170	15,1	143	12,7	1126	100

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev vanuserühma osakaalu näitaja.

Lisatabel 10.2. Vanuserühmade jaotus poliitilise tüpoloogia tüüpide vahel

	15–19		20–29		30–44		45–54		55–64		65–74		Kogu alavalim	
	N	% vanu-serüh-mast	N	% vanu-serüh-mast	N	% vanu-serüh-mast	N	% vanu-serüh-mast	N	% vanu-serüh-mast	N	% vanu-serüh-mast	N	%
1. tüüp (väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	**9**	**16,4**	20	9,0	20	6,1	5	2,4	3	1,8	6	4,2	63	5,6
2. tüüp (passiivne, määratlemata, mittehuvituv)	4	7,3	**34**	**15,2**	**45**	**13,7**	21	10,1	10	5,9	8	5,6	133	10,8
3. tüüp (aktiivne, määratlemata, mittehuvituv)	4	7,3	14	6,3	23	7,0	19	9,2	16	9,4	11	7,7	87	7,7
4. tüüp (passiivne, määratlemata, kriitiline)	2	3,6	15	6,7	25	7,6	15	7,2	15	8,8	3	2,1	75	6,7
5. tüüp (aktiivne, määratlemata, kriitiline)	2	3,6	10	4,5	23	7,0	16	7,7	15	8,8	15	10,5	81	7,2
6. tüüp (passiivne, määratletud)	**7**	**12,7**	**31**	**13,9**	**48**	**14,6**	16	7,7	14	8,2	6	4,2	122	10,8
7. tüüp (keskmiselt aktiivne, määratletud)	11	20,0	**58**	**26,0**	59	18,0	40	19,3	32	18,8	25	17,5	225	20,0
8. tüüp (aktiivne, määratletud)	8	14,5	25	11,2	62	18,9	44	21,3	**55**	**32,4**	**49**	**34,3**	243	21,6
9. tüüp (väga aktiivne, määratletud)	8	14,5	16	7,2	23	7,0	**31**	**15,0**	10	5,9	**20**	**14,0**	108	9,6
Vanuserühmas kokku	55	100,0	223	100,0	328	100,0	207	100,0	170	100,0	143	100,0	1126	100,0

Paksu kirjaga on esile tõstetud valikrühma keskmisest märkimisväärselt erinev poliitilise tüpoloogia tüübi osakaalu näitaja.

Lisatabel 10.3. Poliitiline tüpoloogia ja kuulumine ühendustesse

	1. tüüp: Väga passiivne, määratlemata, mittehuvituv	**2. tüüp:** Passiivne, määratlemata, mittehuvituv	**3. tüüp:** Aktiivne, määratlemata, mittehuvituv	**4. tüüp:** Passiivne, määratlemata, kriitiline	**5. tüüp:** Aktiivne, määratlemata, kriitiline	**6. tüüp:** Passiivne, määratletud	**7. tüüp:** (Keskmiselt aktiivne, määratletud	**8. tüüp:** Aktiivne, määratletud	**9. tüüp** Väga aktiivne, määratletud	**Valimi keskmine** (%)
Korteri-, suvila- ja tarbijaühistud	– – –	–	–	– –	+ +	– –	–	+ +	+ + +	15,9
Usuühingud, kirikukogudused	– –	–	–	+	–	–	–	+	+ + +	6,2
Eriala- ja kutseliidud	– –	–	–	–	+	–	–	+	+ + +	6,0
Huviklubid, vaba aja klubid	– –	–	+	–	–	–	–	+	+ +	5,6
Kultuuriseltsid	–	–	+	–	+	–	–	+	+ + +	5,6
Spordi- ja kehakultuuri-organisatsioonid	–	+	–	–	+	–	–	0	+ +	4,9
Poliitilised ühendused, erakonnad	–	–	–	–	–	–	–	–	+ + +	4,6
Üürnike ühendused	–	–	+	–	–	–	–	+	+	3,9
Ametiühingud	–	–	–	–	+	–	–	+	+ +	3,4
Haridus-, teadus- ja koolitusseltsid	–	–	–	–	+	–	–	+	+ +	2,6
Noorteklubid, laste- ja noorteühendused	–	–	–	–	–	+	–	–	+ +	1,7
Pere- ja naisteühendused	–	–	+	–	–	–	–	–	+	1,4
Keskkonnakaitse või muinsuskaitse ühendused	–	–	–	–	+	–	–	+	+	1,1
Puuetega inimeste ühendused	–	–	–	–	+	+	+	–	+	0,9
Heategevuslikud klubid (Rotary jms)	–	–	+	–	+	–	–	–	+	0,8
Õigusjärgsete omanike ühendused	–	–	–	–	+	+	–	0	–	0,8
Kaitseliit	–	+	+	–	+	+	0	+	–	0,4

– – – / + + + Tüübi kuuluvus ühendustesse valimi keskmisega võrreldes väiksem/suurem vähemalt 10%.
– – / + + Tüübi kuuluvus ühendustesse valimi keskmisega võrreldes väiksem/suurem vähemalt 5%.
– / + Tüübi kuuluvus ühendustesse valimi keskmisega võrreldes väiksem/suurem alla 5%.

Lisatabel 12.1a. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg
Kindlate rõivafirmade, brändide eelistamine*	17	15	21	21	14	33	25	19	11	5	5	15	18	19
Kindla firma kosmeetika eelistamine**	22	19	29	15	30	29	23	24	23	17	14	16	25	21
Rõivaste ostmine ka välismaal käies*	26	23	34	29	24	32	35	30	23	17	9	21	25	37
Ostukeskustes, kauplustes käimine meelelahutuse eesmärgil	21	17	29	13	28	32	28	22	17	15	14	22	22	18
Hind *vs* sobivus rõivaste ostul*														
Hind on olulisem	13	13	14	12	14	11	7	13	15	16	23	17	13	9
Sobivus on olulisem	33	32	34	34	32	37	35	35	34	25	25	28	33	37
Ei tea, mõlemad võrdselt	51	52	51	51	52	49	54	54	49	56	49	51	51	51
Hind *vs* kaubamärk rõivaste ostul*														
Hind on olulisem	47	51	39	44	50	39	39	45	46	65	56	48	47	46
Kaubamärk on olulisem	9	8	10	11	7	10	11	12	6	7	5	8	9	9
Ei tea, mõlemad võrdselt	39	35	47	40	37	46	43	39	43	24	32	38	39	38
Konsumerism														
Puudub	22	22	22	24	20	6	15	15	25	30	45	29	21	15
Väga nõrk	23	24	23	22	24	16	18	21	25	32	30	26	24	21
Nõrk	18	18	17	18	17	19	22	18	18	15	13	18	18	16
Märkimisväärne	22	22	23	23	22	38	24	27	22	15	9	18	24	24
Tugev	10	10	9	8	11	16	13	12	7	7	3	8	9	14
Väga tugev	5	4	5	5	4	4	8	7	3	1	0	1	4	10
Tarbimislik ükskõiksus														
Puudub	26	22	33	28	25	36	26	31	28	19	14	23	26	30
Vähene	12	12	12	11	13	13	12	18	15	4	1	6	12	17
Märkimisväärne	26	26	27	27	26	30	33	30	26	23	11	22	28	27
Suur	22	25	16	22	22	16	20	15	21	33	31	26	21	20
Väga suur	14	15	12	12	15	6	9	6	10	21	43	23	13	6

* Küsimus esitati vaid neile, kes olid küsimusele *Kas Teil jätkub raha riiete ostmiseks?* vastanud *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (kokku 82%).
** Küsimus esitati vaid neile, kes olid küsimusele *Kas Teil jätkub raha oma välimuse eest hoolitsemiseks?* vastanud *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (kokku 70%).

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 12.1a. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (keele-, soo-, vanuse- ja haridusrühmades)

Rahapuudus	Kogu-valim	Keel		Sugu		Vanus						Haridus		
		Eesti	Vene	Mehed	Naised	15–19	20–29	30–44	45–54	55–64	65–74	Alg, põhi	Kesk	Kõrg
Puudub	18	20	13	23	13	32	19	16	15	18	11	17	15	26
Vähene	20	23	15	24	16	25	22	17	19	19	21	20	18	23
Märkimisväärne	31	31	31	29	34	24	33	35	27	30	35	28	32	33
Suur	20	18	24	16	23	12	19	20	24	22	21	23	22	12
Väga suur	11	8	17	8	14	6	7	13	15	11	12	12	13	5

Lisatabel 12.1b. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (elukoha- ja sissetulekurühmades)

% rühmast

	Kogu-valim	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Kindlate rõivafirmade, brändide eelistamine*	17	24	19	19	16	16	11	13	14	17	29	32
Kindla firma kosmeetika eelistamine**	22	25	14	21	30	20	19	25	19	23	25	21
Rõivaste ostmine ka välismaal käies*	26	38	23	20	29	23	15	19	23	29	32	50
Ostukeskustes, kauplustes käimine meelelahutuse eesmärgil	21	26	20	14	27	25	12	24	18	19	23	18
Hind *vs* sobivus rõivaste ostul*												
Hind on olulisem	13	12	14	10	9	11	18	17	17	9	8	1
Sobivus on olulisem	33	33	35	35	40	31	29	25	30	37	41	47
Ei tea, mõlemad võrdselt	51	52	47	54	50	55	51	54	51	52	47	47
Hind *vs* kaubamärk rõivaste ostul*												
Hind on olulisem	47	41	49	51	41	53	51	48	49	50	42	33
Kaubamärk on olulisem	9	9	8	10	14	9	8	9	9	7	10	19
Ei tea, mõlemad võrdselt	39	40	38	37	33	34	37	37	38	39	41	40

* Küsimus esitati vaid neile, kes olid küsimusele *Kas Teil jätkub raha riiete ostmiseks?* vastanud *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (kokku 82%).
** Küsimus esitati vaid neile, kes olid küsimusele *Kas Teil jätkub raha oma välimuse eest hoolitsemiseks?* vastanud *Üldiselt jätkub* või *Mõnikord jätkub, mõnikord mitte* (kokku 70%).

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 12.1b. Tarbimiseelistused, -hoiakud ja -võimalused (elukoha- ja sissetulekurühmades)

	Kogu-valim	Elukoht						Kuusissetulek pereliikme kohta				
		Tallinn	Tartu, Pärnu	Tln, Trt, Pärnu ümbrus	Narva, K-Järve, Sillamäe	Väikelinn	Maa	Kuni 1500	1501–2500	2501–4000	4001–6000	Üle 6000
Konsumerism												
Puudub	22	18	22	21	25	17	30	29	25	17	10	6
Väga nõrk	23	18	24	20	25	27	28	28	29	17	15	10
Nõrk	18	17	19	24	18	18	14	16	15	18	23	21
Märkimisväärne	22	26	21	19	22	24	19	19	19	30	25	21
Tugev	10	14	8	10	7	11	6	5	9	11	20	18
Väga tugev	5	7	6	5	4	3	2	1	2	6	8	24
Tarbimislik ükskõiksus												
Puudub	26	28	25	25	34	27	21	26	24	25	28	34
Vähene	12	13	11	15	8	10	12	11	9	14	17	7
Märkimisväärne	26	27	30	27	28	23	25	26	23	29	27	30
Suur	22	20	22	23	18	21	27	21	23	20	24	26
Väga suur	14	12	12	10	12	19	15	15	20	12	4	4
Rahapuudus												
Puudub	18	21	17	22	9	20	15	6	11	24	35	55
Vähene	20	19	23	20	15	22	19	12	19	24	27	30
Märkimisväärne	31	32	28	30	34	30	33	31	38	35	27	12
Suur	20	18	19	21	24	20	20	29	24	12	8	1
Väga suur	11	10	13	7	18	8	13	23	7	5	3	1

Lisatabel 13.1. Sotsiaalse ja majandusliku kapitali rühmade osakaal kultuurilise kapitali rühmades

% kultuurilise kapitali rühmast; p < 0,01

	Kultuuriline kapital				
	Madal	**Alla keskmise**	**Keskmine**	**Üle keskmise**	**Kõrge**
Sotsiaalne kapital					
Madal	39	22	13	8	3
Alla keskmise	24	22	18	17	8
Keskmine	25	29	29	21	22
Üle keskmise	9	18	22	26	22
Kõrge	2	9	18	28	46
Majanduslik kapital					
Madal	28	14	8	9	4
Alla keskmise	26	24	22	20	17
Keskmine	23	33	34	38	38
Üle keskmise	11	17	24	19	22
Kõrge	11	11	11	15	19

Lisatabel 13.2. Sotsiaalse ja kultuurilise kapitali osakaal majandusliku kapitali rühmades

% majandusliku kapitali rühmast; p < 0,01

	Majanduslik kapital				
	Madal	**Alla keskmise**	**Keskmine**	**Üle keskmise**	**Kõrge**
Sotsiaalne kapital					
Madal	28	23	12	10	9
Alla keskmise	23	20	18	15	16
Keskmine	29	27	27	28	21
Üle keskmise	16	18	22	24	22
Kõrge	4	12	21	23	33
Kultuuriline kapital					
Madal	23	11	6	5	9
Alla keskmise	32	28	25	23	22
Keskmine	23	33	33	40	29
Üle keskmise	18	21	27	23	29
Kõrge	3	6	9	9	11

Lisatabel 13.4. Sotsiaalse osaluskapitali rühmade jaotumine sotsiaalse võrgustikukapitali rühmades

% sotsiaalse osaluskapitali rühmast; p < 0,01

Sotsiaalne osaluskapital	Sotsiaalne võrgustikukapital				
	Madal	**Alla keskmise**	**Keskmine**	**Üle keskmise**	**Kõrge**
Madal	16	18	55	9	2
Alla keskmise	8	13	50	22	6
Keskmine	8	14	51	18	9
Üle keskmise	5	9	55	21	11
Kõrge	3	2	48	28	19

Lisatabel 13.3. Majandusliku ja kultuurilise kapitali rühmade osakaal sotsiaalse kapitali, osaluskapitali ja võrgustikukapitali rühmades

% sotsiaalse kapitali rühmast; p < 0,01

	Sotsiaalne koondkapital				
	Madal	**Alla keskmise**	**Keskmine**	**Üle keskmise**	**Kõrge**
Majanduslik kapital					
Madal	21	14	13	9	3
Alla keskmise	33	25	22	19	14
Keskmine	27	34	35	36	37
Üle keskmise	12	16	20	23	24
Kõrge	7	12	10	13	22
Kultuuriline kapital					
Madal	24	13	9	4	1
Alla keskmise	35	31	28	22	13
Keskmine	27	31	36	35	31
Üle keskmise	12	22	19	30	36
Kõrge	1	3	7	8	19
	Sotsiaalne osaluskapital				
Majanduslik kapital					
Madal	23	15	12	7	2
Alla keskmise	36	22	23	19	14
Keskmine	25	36	34	33	41
Üle keskmise	12	17	19	23	23
Kõrge	4	10	12	18	20
Kultuuriline kapital					
Madal	21	10	10	7	1
Alla keskmise	34	28	27	21	18
Keskmine	27	33	33	33	35
Üle keskmise	17	24	22	29	27
Kõrge	1	5	7	10	19
	Sotsiaalne võrgustikukapital				
Majanduslik kapital					
Madal	24	13	11	9	5
Alla keskmise	31	32	21	19	15
Keskmine	22	30	37	34	36
Üle keskmise	14	14	20	23	23
Kõrge	9	11	12	15	22
Kultuuriline kapital					
Madal	27	19	8	5	0
Alla keskmise	32	32	30	18	4
Keskmine	26	29	36	32	29
Üle keskmise	11	18	21	36	35
Kõrge	4	2	6	10	28

Lisatabel 15.1. Ühiskonnakihtide sotsiaal-demograafiline koosseis

% kihist

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Koguvalim
Keel						
Eesti	61	65	63	68	74	66
Vene	39	35	37	32	26	34
Sugu						
Mehed	46	44	43	49	48	46
Naised	54	56	57	51	52	54
Haridus						
Alg, põhi	32	21	23	19	18	22
Kesk	55	65	57	56	49	57
Kõrg	13	13	20	25	34	21
Vanus						
15–29	11	22	27	35	43	28
30–44	21	30	31	29	28	29
45–64	41	34	29	26	25	30
65–74	27	14	13	10	4	13
Kuusissetulek pereliikme kohta						
Kuni 1000	31	27	18	11	11	19
1001–2000	48	38	35	31	19	34
2001–3000	11	22	23	22	18	20
3001–4000	6	6	12	14	12	11
4001–5000	1	5	7	10	14	8
5001–6000	2	0	2	5	9	3
Üle 6000	1	1	3	8	17	6
Asulatüüp						
Pealinn	26	28	28	34	36	31
Suur linn	17	21	18	19	17	18
Muu linn	25	18	24	20	21	22
Maa	32	33	30	27	26	30
Kuidas hindate oma tervist?						
Täiesti või üldiselt terve	15	36	41	48	63	41
On mõningaid hädasid, aga saan hakkama	42	40	40	39	28	38
Tervis halb, takistab normaalset elu, nõuab pidevat hoolt	42	22	19	13	8	19
Perekonnaseis						
Üksik (pole olnud abielus)	11	21	18	25	30	21
Ametlikus abielus	42	42	45	45	43	44
Vabaabielus (elan koos partneriga)	12	16	20	18	16	17
Lesk / Lahutatud / Elab lahus	35	21	17	12	10	17
Kodakondsus						
Eesti	77	80	82	86	88	83
Vene, muu riigi, kodakondsuseta	22	19	8	8	6	8

Lisatabel 15.2. Ühiskonnakihtide erisused rahvarühmades

	Madalkiht	Madalam keskkiht	Keskkiht	Kõrgem keskkiht	Kõrgkiht	Kogu-valim (%)
Keel						
Eesti	–	0	0	0	+	66
Vene	+	0	0	0	–	34
Sugu						
Mehed	0	0	0	0	0	46
Naised	0	0	0	0	0	54
Haridus						
Alg, põhi	+ +	0	0	0	–	22
Kesk	0	+	0	0	–	57
Kõrg	–	–	0	+	+ +	21
Vanus						
15–29	– –	–	0	+	+ + +	28
30–44	–	0	0	0	0	29
45–64	+ +	0	0	0	–	30
65–74	+ +	0	0	0	– –	13
Kuusissetulek pereliikme kohta						
Kuni 1000	+ +	+	0	–	–	19
1001–2000	+ + +	0	0	0	– – –	34
2001–3000	– –	0	0	0	0	20
3001–4000	–	–	0	0	0	11
4001–5000	– –	–	0	0	+	8
5001–6000	–	–	–	+	+	3
Üle 6000	–	–	–	+	+ +	6
Töö iseloom						
Füüsiline	+ + +	+	0	–	– – –	27
Vaimne	0	0	0	0	0	36
Mõlemat	– – –	– –	0	+ +	+ + +	37
Kinnisvara omamine (märkimisväärne, suur)	– –	–	0	+	+ +	26
Ettevõtlikkus (märkimisväärne)	– –	–	0	+	+ +	19
Rahaline jõukus						
Vähene	+ + + +	+ +	0	– – –	– – – –	33
Keskmine	– –	+	0	0	0	35
Suur	– – – – –	– – –	0	+ +	+ + + + +	32
Palk sissetuleku allikana (põhiliselt)	– – – –	0	0	+	+ +	68
Ettevõtlus sissetuleku allikana (oluliselt)	–	–	–	0	+	5
Sotsiaaltoetused, pensionid, stipendiumid (põhiliselt)	+ + + + +	+	0	–	– – –	29
Konsumerism (märkimisväärne, tugev)	– – – – –	– –	0	+ +	+ + + + +	38

Iga – või + märgib 5%-list kõrvalekallet keskmisest jaotusest. 0 märgib keskmisele lähedast jaotust.

Lisatabel 15.3. Ühiskonnakihtide rahaline jõukus						
% kihist						
Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha ...	**Madalkiht**	**Madal keskkiht**	**Keskkiht**	**Kõrgem keskkiht**	**Kõrgkiht**	**Kogu-valim**
... korralikuks toitumiseks						
Üldiselt jätkub	44	66	72	83	89	73
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	13	3	3	1	1	3
... riiete ostmiseks						
Üldiselt jätkub	12	22	33	42	56	34
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	37	17	12	8	4	14
... välimuse eest hoolitsemiseks						
Üldiselt jätkub	17	28	39	50	59	40
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	36	25	18	11	7	18
... uue olmetehnika muretsemiseks						
Üldiselt jätkub	4	8	12	20	29	14
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	52	43	33	23	14	32
... sportimiseks						
Üldiselt jätkub	4	8	18	26	34	18
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	37	36	23	20	14	25
... meelelahutuseks, harrastusteks						
Üldiselt jätkub	2	9	17	27	37	19
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	41	35	26	14	13	25
... kohvikus, restoranis käimiseks						
Üldiselt jätkub	3	6	11	19	34	14
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	41	39	23	19	15	26
... laste koolitamiseks						
Üldiselt jätkub	9	23	34	41	48	32
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	20	11	6	6	3	8
... laste harrastusteks						
Üldiselt jätkub	6	14	25	31	39	24
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	24	16	10	9	4	12
... õppimiseks, enesetäiendamiseks						
Üldiselt jätkub	3	10	20	24	39	20
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	35	33	22	18	11	23
... ajakirjanduse tellimiseks						
Üldiselt jätkub	8	19	29	34	41	28
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	43	40	24	23	17	28
... raamatute ostmiseks						
Üldiselt jätkub	3	10	17	24	32	17
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	47	34	23	20	16	26
... teatris, kontseril käimiseks						
Üldiselt jätkub	5	8	17	27	35	19
Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	45	36	22	18	12	25

Lisatabel 15.4. Kihtikuuluvuse enesehinnanguga statistiliselt usaldusväärselt korreleeruvad tunnused (eesti- ja venekeelsete vastajate seas)

Korrelatsioonikordajad; $p < 0{,}001$

Tunnus	Keel	
	Eesti	Vene
Rahaline jõukus	0,467	0,386
Orientatsioon heaolule (konsumerism)	0,437	0,323
Kas olete käinud puhkusereisil ka välismaal	0,401	0,234
Rahapuudus (loobumine vajalikust)	-0,401	-0,243
Arvuti kasutamise aktiivsus	0,366	0,232
Optimistlik eluhoiak	0,353	0,193
Elukeskkonna uuendamine	0,342	0,224
Sissetulek pereliikme kohta	0,337	0,321
Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega	0,335	0,305
Pessimistlik eluhoiak	-0,326	-0,278
Mobiilikasutuse aktiivsus	0,321	0,324
Suhtumine muutustesse	-0,290	-0,239
Kultuuriressursi valdamine	0,283	0,169
Eesti-sisene liikuvus	0,279	0,247
Vanus	-0,272	-0,229
Keelteoskus	0,268	0,228
Kogemus ja kontaktid Põhjamaadega	0,265	0,185
Tervis	-0,259	-0,223
Võõrkeelte kasutamise ulatus	0,241	0,176
Kooliaastate arv	0,232	0,094
Töö iseloom	0,230	0,196
Kogemus ja kontaktid Lääne-Euroopaga	0,204	0,171
Positiivne hinnang muutustele	0,200	0,147
Ettevõtlikkus	0,197	0,208
Kinnisvara omamine	0,177	0,141
Haridus	0,171	0,102
Kultuurivara omamine lapsepõlvekodus	0,161	0,108
Kultuurilise kapitali indeks	0,149	0,103
Üldine usalduslikkus	0,148	0,116
Praegune kultuuriharrastuste mitmekesisus	0,134	
Üldine avatus teistele kultuuridele	0,130	0,169
Eesti meedia jälgimise aktiivsus	0,127	0,187
Sotsiaalse kapitali koondindeks	0,126	
Isiklikud kontaktid välismaaga	0,106	
Asulatüüp	-0,106	
Sotsiaalne orientatsioon	-0,126	-0,051
Kas peate ennast rohkem maa- või linnainimeseks?	-0,157	-0,119
Identifitseerumine tavainimestega, ebaedukatega	-0,188	-0,162

Lisatabel 15.5. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemused koguvalimi põhjal			
	Standardiseeritud regressiooni-kordaja ß	**t**	**Olulisus**
Konstant		5,91	0,000
Rahaline jõukus	0,22	6,61	0,000
Konsumerism	0,16	5,28	0,000
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas	0,09	3,28	0,001
Optimistlik eluhoiak	0,10	3,61	0,000
Arvuti kasutamise mitmekülgsus	0,07	2,46	0,014
Eesti-sisene liikuvus	0,09	3,29	0,001
Perekonnaseis	-0,07	-2,84	0,005
Sugu	0,07	2,71	0,007
Kodakondsus	0,06	2,33	0,020

Lisatabel 15.6. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemused (keele-, soo- ja vanuserühmades)			
KEEL	**Standardiseeritud regressiooni-kordaja ß**	**t**	**Olulisus**
Eesti keel			
Konstant		8,04	0,000
Rahaline jõukus	0,21	5,45	0,000
Konsumerism	0,22	6,55	0,000
Arvuti kasutamise mitmekülgsus	0,13	3,98	0,000
Optimistlik eluhoiak	0,14	4,21	0,000
Eesti-sisene liikuvus	0,08	2,35	0,019
Vene keel			
Konstant		9,52	0,000
Rahaline jõukus	0,24	4,60	0,000
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas	0,18	3,71	0,000
Eesti-sisene liikuvus	0,13	2,64	0,009
Perekonnaseis	-0,11	-2,34	0,020
SUGU			
Mehed			
Konstant		8,10	0,000
Rahaline jõukus	0,24	5,44	0,000
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas	0,13	3,30	0,001
Konsumerism	0,14	3,31	0,001
Asulatüüp	-0,12	-3,21	0,001
Eesti-sisene liikuvus	0,12	3,05	0,002
Arvuti kasutamise mitmekülgsus	0,09	2,27	0,023
Naised			
Konstant		9,77	0,000
Rahaline jõukus	0,18	3,96	0,000
Konsumerism	0,18	4,52	0,000
Optimistlik eluhoiak	0,12	3,05	0,002
Perekonnaseis	-0,12	-3,56	0,000
Eesti-sisene liikuvus	0,09	2,18	0,030
Kultuuriressursi indeks	0,08	2,05	0,041

Jätkub...

JÄRG: Lisatabel 15.6. Kihtikuuluvushinnangu regressioonanalüüsi tulemused (keele-, soo- ja vanuserühmades)

VANUS	Standardiseeritud regressiooni-kordaja ß	t	Olulisus
15–24			
Konstant		8,59	0,000
Konsumerism	0,26	3,68	0,000
Rahaline jõukus	0,22	3,14	0,002
25–49			
Konstant		10,06	0,000
Rahaline jõukus	0,20	4,56	0,000
Konsumerism	0,15	3,69	0,000
Optimistlik eluhoiak	0,19	2,61	0,009
Asulatüüp	-0,14	-3,62	0,000
Eesti-sisene liikuvus	0,12	2,82	0,005
50–74			
Konstant		3,10	0,002
Rahaline jõukus	0,18	2,97	0,003
Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas	0,16	3,52	0,000
Konsumerism	0,13	2,62	0,009
Eesti-sisene liikuvus	0,15	3,18	0,002
Kodakondsus	0,14	3,23	0,001
Optimistlik eluhoiak	0,10	2,15	0,032

Analüüsis kasutatud tunnused: Rahaline jõukus; Elukeskkonna uuendamine; Konsumerism; Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega; Arvuti kasutamise mitmekülgsus; Koolis käidud aastad; Keelteoskus; Võõrkeelte kasutamise ulatus; Kultuuriressursi indeks; Ettevõtlikkus; Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas; Eesti-sisene liikuvus; Üldine usalduslikkus; Optimistlik eluhoiak; Haridus; Asulatüüp; Kodakondsus; Perekonnaseis; Positiivne hinnang muutustele; Vanus; Sugu

LISA 2:
ÜLDISED KOONDTUNNUSED (INDEKSID)

A. Muutused

1. Optimistlik eluhoiak

Tunnus 4 (vastusevariandid 1 või 2) *muutused rõõmustavad*

T 6 (1) elu läheb paremuse suunas

T 21 (1) areng Eestis paremuse suunas; esialgne max väärtus 3

2. Pessimistlik eluhoiak

T 4 (4 või 5) *muutused kurvastavad*

T 6 (3) *elu läheb halvemaks*

T 21 (3) areng Eestis halvemuse suunas; max 3

3. Positiivne hinnang muutustele

T 7–18: 1 = 2p; 2 = 1p; max 24

4. Elumuutused

T 676–691, välja arvatud 678 (*töötus*), 688 (*lahutus*), 689 (*surm*) – iga vastusevariant 1–4 annab 1 punkti, 13 X 4 = 52; max 52

5. Negatiivne elukogemus

T 678 (1 või 2 või 3 või 4 = 1); T 688 (1 või 2 või 3 või 4 = 1);

T 689 (1 või 2 või 3 või 4 = 1); T 651 (1 = 1) *sundüürnik*;

T 272 (3 või 4 =1) *ärilised ettevõtmised ebaõnnestunud*;

T 273 (1 = 1) *kahju kannatanud pankroti tõttu*; max 6

6. Staatuse muutus

a) Ümber kodeerida

T 789 (*enda staatus praegu*): 1 või 2 või 3 = 1 *madalkiht*; 4 = 2 *madalkeskkiht*; 5 = 3 *keskkiht*, 6 = 4 *kõrgem keskkiht*; 7 või 8 või 9 või 10 = 5 *kõrgkiht*

T 790 (*pere 20 aastat tagasi*): analoogiliselt eelmisega

T 791 (*pere 30ndate aastate lõpul*): analoogiliselt eelmistega

b) Staatuse trajektoor (ümberkodeeritud T 789–790–791); max 9

Trajektoori tüüp	30ndad	80ndad	Praegu
1 = Muutumatu	Lähte-positsioon	Sama	Sama
2 = Tõusev		+ Suurem	+ Suurem
3 = Langev		– Väiksem	– Väiksem
4 = Muutumatult langevale (praegune langus)		Sama	–
5 = Muutumatult tõusule (praegune tõus)		Sama	+
6 = Languselt muutumatule (nõukogude-aegne langus)		–	Sama
7 = Tõusult muutumatule (nõukogudeaegne tõus)		+	Sama
8 = Tõus – langus (nõukogude-aegne tõus, praegune langus)		+	–
9 = Langus – tõus (nõukogude-aegne langus, praegune tõus)		–	+

B. Osalus, sotsiaalne kapital

7. Üldine poliitikahuvi ja aktiivsus

Poliitikahuvi, max 2p: T 54 (*sisepoliitika huvi*), T 55 (*välispoliitika huvi*) (1 = 2p, 2 = 1p);

T 245 (*erakonda kuulumine*) max 3p: (1 = 3p, 2 = 2p, 3 = 1p);

Osalus üritustel, max 6 p: T 256 (*osalenud rahvakogunemistel*) (1 ja 2 ja 3, igaüks = 1 p); T 257 (*osalenud erakonna üritustel*) (1 ja 2 ja 3, igaüks = 1p;

Osalus valimistel, max 3p: T 258 või 259 või 260 (2 = 1); T 261 või T 262 (2 = 1); T 263 või T 264 (2 = 1)

Huvi poliitikateemade vastu, max 4p: T 479 (3 *president* = 1; 4 *Riigikogu* = 1; 5 *valitsus* = 1; 8 *erakonnad* = 1); max 20

8. Poliitiline apaatia
Poliitikahuvi puudumine: T 54 (*sisepoliitika*) (3 või 4 = 1), T 55 (*välispoliitika*) (3 või 4 = 1)
Poliitilise määratletuse puudumine: T 57 (99 = 1)
Ükskõiksus erakondade vaadete vastu: T 64 (11 = 1)
Ükskõiksus Euroopa Liidu suhtes: T 84 (6 = 1)
Ei mäleta osalemist valimistes: T 258 või 259 või 260 (4 = 1); T 261 või T 262 (4 = 1); T 263 või T 264 (4 = 1); max 8

9. Sotsiaalne orientatsioon
T 58 ja T 59 (5 = 2p, 4 = 1p);
T 60 (1 = 2p, 2 = 1p); max 6

10. Liberaalne orientatsioon
T 58 ja T 59 (1 = 2p, 2 = 1p);
T 60 (5 = 2p, 4 = 1p); max 6

11. Üldine usalduslikkus
T 66–82: skaalade summeerimine, 1 = 1, 2 = 2, 3 = 3, 4 = 4, 5 = 5; max 85 (17 x 5)

12. Usaldus riiklike institutsioonide vastu
T 67 (*valitsus*), 68 (*Riigikogu*), 69 (*president*), 70 (*politsei*), 72 (*kohus*):
1 = 1, 2 = 2, 3 = 3, 4 = 4, 5 = 5; max 25 (5 x 5)

13. Usaldus meedia vastu
T 73–77: 1 = 1, 2 = 2, 3 = 3, 4 = 4, 5 = 5; max 25 (5 x 5)

C. Sotsiaalne ruum

14. Eesti-sisene liikuvus
T 121–136 (*käinud sel aastal*): 2 = 4p, 3 = 3p, 4 = 2p, 5 = 1p; max 64

15. Kogemuse puudumine Eesti teistest paikadest
T 121–136 (*ei ole kunagi käinud*): 7 = 1p; max 16

16. Üldine avatus teistele kultuuridele
T 137–154: 1 = 2p, 2 = 1p; max 36

17. Üldine huvi uudiste vastu teistest maadest
T 155–178: 1 = 2p, 2 = 1p; max 48

18. Huvi endiste Nõukogude liiduvabariikide vastu
T 155–160: 1 = 2p, 2 = 1p; max 12

19. Huvi endiste sotsmaade vastu
T 164–166: 1 = 2p, 2 = 1p; max 6

20. Huvi Põhjamaade vastu
T 161–163: 1 = 2p, 2 = 1p; max 6

21. Huvi arenenud Lääne-Euroopa riikide vastu
T 167 (*Saksamaa*), T 168 (*Holland*), T 170 (*Prantsusmaa*), T 171 (*Suurbritannia*): 1 = 2p, 2 = 1p; max 10

22. Huvi Lõuna-Euroopa vastu
T 169 (*Hispaania, Portugal*), T 172 (*Itaalia, Kreeka, Türgi*): 1 = 2p, 2 = 1p; max 4

23. Isiklik välismaa kogemus (käimine väljaspool Eestit)
T 179–202: 3 = 2, 2 = 1; max 48

24. Kontaktid inimestega teistest maadest
T 179–202: 4 (*sugulased, sõbrad*) ja 5 (*töö ja äri-sidemed*), kumbki = 1; max 48

25. Kogemus ja kontaktid endises Nõukogude Liidus
T 179–184: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 30

26. Kogemus ja kontaktid endiste sotsmaadega
T 188, 189,190: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 15

27. Kogemus ja kontaktid Põhjamaadega
T 185, 186, 187: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 15

28. Kogemus ja kontaktid arenenud Lääne-Euroopaga
T 191,192, 194, 195: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 20

29. Kogemus ja kontaktid Lõuna-Euroopaga
T 193,196: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 10

30. Kogemus ja kontaktid endises sotsialismileeris
T 179–184, 188–190: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 45

31. Kogemus ja kontaktid Läänemaailmas
T 185, 186, 187, 191,192, 194, 195, 193,196, 199, 202: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 55

32. Kogemus ja kontaktid Aasias, Aafrikas, Ladina-Ameerikas
T 197, 198, 200, 201: 3 = 2, 2 = 1, 4 = 1, 5 = 1; max 20

D. Majanduslik kapital

33. Aktiivsus lisateenistuse hankimisel
T 266: 1–7, iga vastusevariandi eest 1p; max 7

34. Ettevõtlikkus
T 267 ja T 268 ja T 269: 1 = 1p,
T 270 ja T 271: 3 = 2p, 2 = 1p,
T 646: 1 = 1p,
T 647: 1või 2 või 3 = 1p,
T 648: 1või 2 või 3 = 2p; max 11

35. Rahaline jõukus
T 622–644 (*raha jätkub*): 1 = 2, 2 = 1; max 46

36. Rahapuudus (loobumine vajalikust)
T 622–644 (*raha ei jätku*): 3 = 1; max 23

37. Tarbimislik ükskõiksus (mittevajamine)
T 622–644: 4 = 1; max 23

38. Kinnisvara omamine
T 653: 1 ja 2 ja 3 ja 4 ja 5 ja 6 = 1p; max 6

E. Kultuuriline kapital

39. Kultuurivara omamine lapsepõlvekodus
T 274 (1–16): iga vastusevariant annab 1p, max 16

40. Kultuurivara omamine praeguses kodus
T 275–290: 1 = 1; max 16

41. Kultuurivara omandamise soov
T 275–290: 2 = 1; max 16

42. Ükskõiksus kultuurivara omandamise vastu
T 275–290: 3 = 1; max 16

43. Praegune kultuuriharrastuste mitmekesisus
T 291–306: 3 = 1; max 16

44. Varasem kultuuriharrastuste mitmekesisus
T 291–306: 2 = 1p; max 16

45. Raamatuhuvi
T 308 ja T 309: 1 = 3p, 2 = 2p, 3 = 1p;
T 307: 1 või 2 = 1p, 3 või 4 = 2p, 5 või 6 või 7 = 3p; max 9

46. Filmihuvi mitmekesisus
T 319–348: 5 = 2, 4 = 1; max 60

47. Muusikahuvi mitmekesisus
T 356–396: 5 = 2, 4 = 1; max 82

48. Keelteoskus
T 398–404: 5 = 4, 4 = 3, 3 = 2, 2 = 1; max 28

49. Võõrkeelte kasutamise ulatus
T 405–411: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 21

50. Vene keele (eesti keele) kasutamise funktsionaalne mitmekesisus
T 413: 1–22, iga vastusevariant annab 1p; max 22

51. Muude keelte kasutamise funktsionaalne mitmekesisus
T 414: 1–22, iga vastusevariant annab 1p; max 22

F. Meedia

52. Kodu varustatus kommunikatsioonivahenditega
T 416–424: 1 = 1p; max 9

53. Kommunikatsioonitehnika kättesaamatus (*tahaks, aga ei saa*)
T 416–424: 3 = 1p; max 9

54. Ükskõiksus komunikatsioonitehnika suhtes *(ei ole ja ei tahagi)*
T 416–424: 4 = 1p; max 9

55. Mobiilikasutuse aktiivsus
T 430, 431, 433, 434: 6 = 5, 5 = 4, 4 = 3, 3 = 2, 2 = 1; max 20

56. Eesti meedia jälgimise aktiivsus
T 436–441, 444: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 28

57. Venemaa meedia jälgimise aktiivsus
T 442, 445: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 8

58. Lääne meedia jälgimise aktiivsus
T 443, 446, 447, 448: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 16

59. Raadiokuulamise kestus
T 449, 450: summeerida variandinumbrid (koodarvud) 1–10; max 20

60. TV-vaatamise kestus
T 451, 452: summeerida koodarvud 1–10, max 20

61. Ajalehtede lugemise aktiivsus
T 693, 695, 697, 699, 701, 703, 705, 707, 709, 711, 713: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 44

62. Ajalehtede lugemise aktiivsus võrgust
T 694, 696, 698, 700, 702, 704, 706, 708, 710, 712, 714: 2 või 3 = 1; max 11

63. Eesti ajakirjade lugemise aktiivsus
T 717, 719, 721, 723, 725, 727, 729, 731, 733, 735, 737, 739: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 48

64. Välismaa ajakirjade lugemise aktiivsus
T 741, 743, 745: 1 = 4, 2 = 3, 3 = 2, 4 = 1; max 12

65. Eesti ajakirjade lugemise aktiivsus võrgust
T 718, 720, 722, 724, 726, 728, 730, 732, 734, 736, 738, 740: 2 või 3 = 1; max 12

66. Välismaa ajakirjade lugemise aktiivsus võrgust
T 742, 744, 746: 2 või 3 = 1; max 3

67. Omaenda muljed infoallikana
T 456, 457, 458: 1 = 1; max 3

68. Teised inimesed infoallikana
T 456, 457, 458: 2 = 1; max 3

69. Ametlikud ja erialased kanalid infoallikana
T 456, 457, 458: 3 = 1; max 3

70. Ajalehed, ajakirjad infoallikana
T 456, 457, 458: 4 = 1; max 3

71. Raadio infoallikana
T 456, 457, 458: 5 = 1; max 3

72. Televisioon infoallikana
T 456, 457, 458: 6 = 1; max 3

73. Internet infoallikana
T 456, 457, 458: 7 = 1; max 3

74. Internet infoallikana II
T 456, 457, 458: 7 = 1,
T 478 1 = 2, 2 = 1; max 5

75. Erialased kanalid infoallikana II
T 456, 457, 458: 3 = 1;
T 459, 460, 461: 1 = 2, 2 = 1; max 9

76. Infoallikate mitmekülgsus
T 459–478: 1 = 2, 2 = 1; max 40

77. Eesti telekanalid infoallikana
T 462, 463, 464: 1 = 2, 2 = 1; max 6

78. Eesti raadiokanalid infoallikana
T 467, 468, 469: 1 = 2, 2 = 1; max 6

79. Eesti press infoallikana
T 470, 471, 472, 473, 474, 475: 1 = 2, 2 = 1; max 12

80. Vene meedia infoallikana
T 466, 476: 1 = 2, 2 = 1; max 4

81. Lääne meedia infoallikana
T 465, 477: 1 = 2, 2 = 1; max 4

G. Arvutid, internet

82. Arvuti kasutamise aktiivsus
T 488–491: 1 = 5, 2 = 4, 3 = 3, 4 = 2, 5 = 1; max 20

83. Interneti kasutamise aktiivsus
T 495–498: 1 = 5, 2 = 4, 3 = 3, 4 = 2, 5 = 1; max 20

84. Arvutikasutuse mitmekülgsus
T 533–547: 4 = 3, 3 = 2, 2 = 1; max 45

85. Arvutikasutuse oskused
T 548–555: 4 = 2, 3 = 1; max 16

86. Internetikasutuse kestus
T 556, 557: summeerida variandinumbrid 1–10, max 20

H. Internetikasutus

87. Internet praktilisteks teenusteks
T 566, 567, 568, 572, 575: 1 = 2, 2 = 1; max 10

88. Internet suhtlemiseks
T 563, 564, 565, 579, 580: 1 = 2, 2 = 1; max 10

89. Internet avalikus sfääris osalemiseks
T 560, 561, 562, 576: 1 = 2, 2 = 1; max 8

90. Internet eraeluliseks tarbimiseks
T 569, 570, 571, 577: 1 = 2, 2 = 1; max 8

91. Internet intiimeluks
T 578, 581: 1 = 2, 2 = 1; max 4

92. Internet õppimiseks, erialainfoks
T 573, 574: 1 = 2, 2 = 1; max 4

I. Arvutikasutus

93. Meelelahutuslik arvutikasutus
T 538, 542, 543, 544, 545: 2 = 1, 3 = 2, 4 = 3; max 15

94. Professionaalne arvutikasutus
T 539, 540, 541: 2 = 1, 3 = 2, 4 = 3; max 9

95. Infokeskne arvutikasutus
T 536, 537: 2 = 1, 3 = 2, 4 = 3; max 6

96. Kontoritöine arvutikasutus
T 533, 534, 546: 2 = 1, 3 = 2, 4 = 3; max 9

J. Elustiilid

97. Seltsielu, uus meedia, sport
T 212, 213, 214, 223, 230: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 15

98. Töö ja enesetäiendus
T 216, 218, 219, 221: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 12

99. Kultuuripublikus, -koguduses osalemine
T 207, 208, 210, 211: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 12

100. Eneseväljenduslikud harrastused
T 227, 228, 234, 235: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 12

101. Matkad, sõidukid
T 217, 229, 232: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 9

102. Lugemine, ristsõnad
T 209, 220, 233: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 9

103. Traditsioonilised aktiivsed harrastused
T 222, 224, 225: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 9

104. Hasartmängud
T 226, 231: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 6

K. Identiteet, orientatsioonid

105. Identifitseerumine lähiümbrusega
T 118: vastusevariandid 11, 12, 17, 24, 25, 30 igaüks = 1, max 6

106. Identifitseerumine edukatega, kõrge staatusega
T 118: vastusevariandid 14, 23, 26 igaüks = 1, max 3

107. Identifitseerumine tavaliste inimestega, madala staatusega
T 118: vastusevariandid 15, 18, 22, 27 igaüks = 1, max 4

108. Identifitseerumine ühistest huvidest ja eelistustest lähtudes
T 118: vastusevariandid 13, 19, 28, 29 igaüks = 1, max 4

109. Rahvuslik identifitseerumine
Eestikeelne ankeet: T 118, vastusevariandid 1 ja 3, kumbki = 1, max 2
Venekeelne ankeet: T 118, vastusevariandid 2 ja 4, kumbki = 1, max 2

110. Territoriaalne identifitseerumine
Eestikeelne ankeet: T 118, vastusevariandid 2, 4, 5, 10, igaüks = 1, max 4
Venekeelne ankeet: T 118, vastusevariandid 1, 3, 5, 10, igaüks = 1, max 4

111. Globaalne identifitseerumine
T 118: vastusevariandid 6, 8, 9 igaüks = 1, max 3

112. Orientatsioon heaolule (konsumerism)
T 481: vastusevariandid 16 ja 21,
T 482: variant 16,
T 770: variant 2,
T 771 ja T 773: variant 1,
T 775 ja T 776: variant 2,
T 781 ja T 782: variant 1,
T 783: variant 3,
T 785: variant 1,
T 787 ja T 788: koodid 1 ja 2 ja 3 - igaüks = 1p; max 18

113. Elukeskkonna uuendamine
T 777, 778, 779, 780: 1 = 3, 2 = 2, 3 = 1; max 12

114. Üldine informeeritus
T 453, 454, 455: 1 = 2, 2 = 1; max 6

Faktum
Uuringukeskus

1. Ankeedi number

2. Valimipunkti number

3. Vastaja number

MINA MAAILM MEEDIA

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

2002

Hea vastaja!

Olete kindlasti tähele pannud, kuidas viimase kümne-viieteistkümne aastaga on maailm muutunud. Kindlasti on palju muutunud ka Teie enda ja Teie pere elus. Mis on selle muutuse põhjustanud? Kas ainult poliitilised sündmused? Või on muutunud inimesed ise? Oma mõju on avaldanud ka tehnika areng, sealhulgas infotehnoloogia: arvutid, Internet, kaabeltelevisioon.

Selleks, et neid muutusi paremini mõista ning tulevikus ka paremini ette näha, on oluline kokku panna mosaiikpilt kogu Eesti ühiskonna, iga maakoha ja linna , kõigi ühiskonnakihtide tegelikust olukorrast ja selles toimunud muutumistest. Seetõttu sisaldab Teie käes olev ankeet väga palju konkreetseid küsimusi inimeste tegeliku elu ja harjumuste kohta. Kuna üks meie peamisi eesmärke on välja selgitada meedia osa, on meediale pühendatud eriti palju küsimusi. Loodame Teie kannatlikkusele ja heale tahtele kõigile nendele küsimustele vastamisel.

Meie uurimusel on ainult teaduslikud eesmärgid ning ta ei oma mingit seost kellegi erahuvide ega poliitiliste taotlustega. Küsitluse tulemused saavad kõigile kättesaadavaks Internetis ja trükisõnas. Neid esitatakse ja analüüsitakse statistiliselt, ilma konkreetsete vastajate nimede ega isikuandmetega seostamata, st vastajad jäävad anonüümseks.

Teie, nagu kõik teisedki sattusite vastajate hulka juhusliku valiku teel, millega erinevate asulate elanike seast valiti kokku 1000 küsitletavat.

Kuna küsimustiku täitmine on tõsine töö, tahame vastajaid selle eest premeerida. Kui soovite osaleda loosimises, tuleb Teil täita vastav kaart, mille saate küsitlejalt täidetud ankeedi vastu. Kõigi vastanute vahel loositakse välja MicroLinki arvuti, 5 mobiiltelefoni, 10 Postimehe (või vastava soovi korral Estonja) aastatellimust.

Vastamisele kulutatud aja ja tähelepanu eest tänades

Tartu Ülikooli
ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Uuringukeskus FAKTUM

Enne kui asute vastama, lühidalt ankeedi täitmisest:

- *Selleks, et saaksime tulemusi analüüsida, on väga oluline, et Teie isiklikult vastaksite kõikidele küsimustele, märkides vastavasse lahtrisse ka selle, et Te pole kõne all oleva valdkonnaga kokku puutunud või ei oska seda hinnata.*
- *Vastamisel tõmmake, palun, ring ümber Teie jaoks kõige sobivamat vastusevarianti tähistavale numbrile ja nendes kohtades, kus pole toodud numbreid, tähistage sobiv vastusevariant ristikesega.*
- *Selleks, et Teie jaoks vastamist kergendada, palume Teid osa küsimuste juures teatud vastusevariantide valiku korral jätkata küsimustele vastamist mitte järjest, vaid vastavalt selle variandi juures olevale suunamisele.*

Head vastamist!

HINNANGUD MUUTUSTELE

Alustame sellest, kuidas Teie isiklikult hindaksite neid muutusi, mis on Eesti elus viimase kümne-viieteiskümne aasta jooksul toimunud.
4. Muutused on olnud minu jaoks üldiselt...

1 Rõõmustavad
2 Pigem rõõmustavad kui kurvastavad
3 Raske öelda
4 Pigem kurvastavad kui rõõmustavad
5 Kurvastavad

5. Mõni inimene tunneb, et muutused on olnud liigagi kiired. Teine arvab, et mõnigi asi on muutunud liiga aeglaselt. Kuidas Teile tundub?
Muutused on olnud minu jaoks...

1 Liiga kiired
2 Pigem kiired
3 Paraja kiirusega
4 Pigem aeglased
5 Liiga aeglased
6 Ei oska öelda

6. Mõeldes enda elule isiklikult, siis - kas üldiselt läheb Teie ja Teie pere elu paremuse või halvemuse suunas?

1 Paremuse suunas
2 Jääb samaks, midagi ei muutu
3 Halvemuse suunas
4 Ei tea, ei oska öelda

Kui hinnata konkreetsemalt Eesti riigis viimase 10 aasta jooksul toimunud muutusi, siis millise hinnangu annate Teie arengutele järgmistes valdkondades?

	Muutused selles valdkonnas on olnud minu meelest ...				
	Väga positiivsed	üldiselt positiivsed	üldiselt negatiivsed	täiesti negatiivsed	Ei tea, ei ole sellele mõelnud
7. Eesti rahvusvaheline positsioon	1	2	3	4	5
8. Eesti majanduse areng	1	2	3	4	5
9. Demokraatia areng	1	2	3	4	5
10. Isikuvabadused ja inimõigused	1	2	3	4	5
11. Inimeste materiaalne heaolu ja tarbimisvõimalused	1	2	3	4	5
12. Tehniline areng, uute masinate, tehnoloogiate kasutamine	1	2	3	4	5
13. Sotsiaalne õiglus	1	2	3	4	5
14. Õiguskord ja seadustest kinnipidamine	1	2	3	4	5
15. Eesti keele ja rahvuskultuuri olukord	1	2	3	4	5
16. Rahvussuhted, mitte-eestlaste integratsioon	1	2	3	4	5
17. Hea hariduse saamise võimalused	1	2	3	4	5
18. Hea töökoha saamise võimalused	1	2	3	4	5

19. Mõeldes tagasi viimasel 10 aastal toimunud muutustele, siis kas tunnete uhkust Eesti üle?

1 Jah, kindlasti
2 Üldiselt küll
3 Pigem mitte
4 Kindlasti mitte

20. Põhjendage, palun, miks Te tunnete või ei tunne uhkust?

_____

_____

21. Mis Te arvate, kas lähematel aastatel läheb areng Eestis üldiselt ....

1 paremuse suunas
2 jääb samaks, midagi ei muutu
3 halvemuse suunas
4 ei tea, ei oska öelda

HUVID JA VÄÄRTUSED

Mitte alati ei määra inimeste meeleolu ja suhtumist ellu see, mis toimub ümberringi. Palju sõltub ka inimese enda loomusest. Allpool on toodud rida väiteid, mis puudutavad inimeste suhtumist elu erinevatesse külgedesse. *Valige, palun, iga väite puhul üks vastusevariant, mis kõige enam iseloomustab Teie nõustumist sellega ja tõmmake ring ümber vastavale numbrile.*

	Täiesti nõus	pigem nõus	pigem ei ole nõus	üldse ei ole nõus	Ei tea, ei ole sellele mõelnud
22. Tahan tunda elust rõõmu oma keha iga rakuga	1	2	3	4	5
23. Mind ei häiri, kui teised minuga nõus ei ole	1	2	3	4	5
24. Eelistan täpselt kavandada igat oma päeva ja ette teada, mida pean tegema	1	2	3	4	5
25. Olen valmis riskima selle nimel, et saavutada midagi, mida ma tahan	1	2	3	4	5
26. Mulle meeldib tegutseda, kui on kindel juht, kes teab, mida tuleb teha	1	2	3	4	5
27. Inimesed peaksid olema avatud ootamatustele ja vähem järgima kindlaid väljakujunenud reegleid	1	2	3	4	5
28. Mulle on väga tähtis, et teised inimesed mind usaldaksid	1	2	3	4	5

Alljärgnevalt on nimetatud asju, mida mõned peavad väga tähtsaks, mõned tähtsusetuks. Kuivõrd tähtsad või tähtsusetud on need Teie jaoks? *Tõmmake, palun, igal real ring ümber sobiva vastusevariandi.*

	Täiesti tähtsusetu	Pigem tähtsusetu	Ei tähtis ega tähtsusetu	Pigem tähtis	Väga tähtis
29. PUHAS KESKKOND (reostamata loodus)	1	2	3	4	5
30. TERVIS	1	2	3	4	5
31. TEHNIKA ARENG (täiuslikumate seadmete loomine)	1	2	3	4	5
32. MUGAV ELU (probleemideta, heaoluline)	1	2	3	4	5
33. VÕIMU OMAMINE (võimalus asjade käiku juhtida, suunata)	1	2	3	4	5
34. HUVITAV ELU (põnev, aktiivne)	1	2	3	4	5
35. JÕUKUS (majanduslik heaolu)	1	2	3	4	5
36. RAHU MAAILMAS (sõdade ja vägivalla puudumine)	1	2	3	4	5

	Täiesti tähtsusetu	Pigem tähtsusetu	Ei tähtis ega tähtsusetu	Pigem tähtis	Väga tähtis
37. KAUNIS MAAILM (looduse, kunsti ilu)	1	2	3	4	5
38. TUGEV PEREKOND (kooskõla, vastastikune mõistmine)	1	2	3	4	5
39. VÕRDSUS (kõigile ühesugused võimalused)	1	2	3	4	5
40. SISEMINE HARMOONIA (hingeline tasakaal)	1	2	3	4	5
41. VABADUS (sõltumatus, valikuvabadus)	1	2	3	4	5
42. RIIGI JULGEOLEK (turvalisus, kaitstus rünnakute eest)	1	2	3	4	5
43. ÕNN (rahulolu eluga)	1	2	3	4	5
44. MEELDIV ELU (meeldivalt kulgev, naudingut pakkuv)	1	2	3	4	5
45. AUSUS (tõe ja südametunnistuse järgimine)	1	2	3	4	5
46. ENESEAUSTUS (enesest lugupidamine, oma väärtuse tunnetamine)	1	2	3	4	5
47. TARKUS (küps elukäsitlus)	1	2	3	4	5
48. ARMASTUS (hingeline, suguline kiindumus ning lähedus)	1	2	3	4	5
49. ÜHISKONDLIK TUNNUSTUS (tähelepanu, poolehoid)	1	2	3	4	5
50. LUNASTUS (hingeline puhastumine)	1	2	3	4	5
51. ÕIGLUS (tasu vastavus tehtule)	1	2	3	4	5
52. TÕELINE SÕPRUS	1	2	3	4	5
53. ENESETEOSTUS (endale oluliste eesmärkide saavutamine)	1	2	3	4	5

Kuivõrd Teid huvitab ...

	Huvitab väga	Üldiselt huvitab	Eriti ei huvita	Ei huvita üldse	Ei tea, ei oska öelda
54. ..sisepoliitika	1	2	3	4	5
55. ..välispoliitika	1	2	3	4	5

56. Kas Teie poliitikahuvi on viimase viie aasta jooksul...

1 Kasvanud
2 Jäänud samaks
3 Vähenenud
4 Ei oska öelda

57. Kas peate end vaadetelt rohkem parem- või vasakpoolseks ? *Tõmmake ring ümber Teile sobivale numbrile parem-vasak skaalal, mis asub lähemal sellele otspunktile, kuhu Teie vaated kalduvad. Märkige 99, kui ei oska või ei taha oma vaateid parem-vasakpoolsuse järgi iseloomustada.*

Vaskpoolsed 5 - 4 -3 - 2 – 1- 0 - 1- 2 -3 - 4 -5 Parempoolsed

99. ei oska, ei taha end niiviisi määratleda

Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Te nõustute? *Valige, palun, iga väitepaari kohta üks sobivaim variant ja tähistage see ringiga.*

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Raske öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
58. A. Inimene on loomult individualist, kelle jaoks konkurents ja eluvõitlus on omasemad kui vastastikune abi ja koostöö	1	2	3	4	5	**B. Inimene on loomult seltsiv olend, kellele vastastikune abi ja koostöö on omasemad kui konkurents ja eluvõitlus**
59. A. Inimese heaolu peaks sõltuma eelkõige sellest, kuidas ta ise suudab enda ja oma pere eest hoolitseda	1	2	3	4	5	**B. Riik peaks aitama nõrgematel ja vähem suutlikel inimväärselt eluga toime tulla**
60. A. Tahaksin, et Eesti ühiskonnas oleks rohkem solidaarsust ja ühiste huvide eest seismist	1	2	3	4	5	**B. Tahaksin, et Eesti ühiskonnas inimesed harjuksid rohkem ise enda eest seisma ja vastutama**
61. A. Isikuvabaduste tagamine on riigis tähtsam kui kindel kord	1	2	3	4	5	**B. Kindel kord on riigis tähtsam kui isikuvabaduste tagamine**
62. A. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kasulik	1	2	3	4	5	**B. Kiire erastamine ja avatud turumajandus on olnud Eestile kahjulik**
63. A. Eesti jaoks on head suhted Venemaaga tähtsamad kui kuulumine NATOsse	1	2	3	4	5	**B. Eestile on kuulumine NATOsse tähtsam kui head suhted Venemaaga**

64. Millised Eesti erakonnad on Teie huvide ja vaadete seisukohalt Teile kõige lähemad? *Valige nimekirjast Teie vaadetele ja huvidele kaks kõige lähedasemat erakonda.*

1, Isamaaliit
2, Reformierakond
3, Res Publica
4, Mõõdukad
5, Keskerakond
6, Rahvaliit
7, Sotsiaaldemokraatlik Tööpartei
8, Eestimaa Ühendatud Rahvapartei
9, Mõni muu erakond (milline?) _____
10, Minu vaadetele ja huvidele pole lähedane ükski erakond
11, Ei tunne huvi, ei tea nende erakondade vaateid

65. Mõned arvavad, et enamikku inimestest võib usaldada. Teised aga arvavad, et ümbritsevate inimeste suhtes peab ettevaatlik olema. Kuidas arvate Teie?

1 Enamikku inimesi võib täielikult usaldada
2 Inimesed on üldiselt usaldusväärsed
3 Ei tea, ei oska öelda
4 Üldiselt peaks usaldamisega ettevaatlik olema
5 Usaldamisega peaks olema väga ettevaatlik

Allpool on loetletud erinevaid Eesti ühiskonnas mõjukaid institutsioone ja rühmi. Valige, palun, igal real üks vastusevariant ühest kuni viieni, mis kõige paremini iseloomustab nende usaldusväärsust Teie jaoks.

	Ei usalda üldse				Usaldan täiesti
Institutsioonid					
66. Kirik	1	2	3	4	5
67. Valitsus	1	2	3	4	5
68. Riigikogu	1	2	3	4	5
69. President	1	2	3	4	5
70. Politsei	1	2	3	4	5
71. Pangad	1	2	3	4	5
72. Kohtusüsteem	1	2	3	4	5
Meedia					
73. Eesti Televisioon	1	2	3	4	5
74. Eratelekanalid	1	2	3	4	5
75. Ajalehed	1	2	3	4	5
76. Eesti Raadio	1	2	3	4	5
77. Eraraadiod	1	2	3	4	5

	Ei usalda üldse				Usaldan täiesti
78. Internetiportaalid	1	2	3	4	5
Mõjurühmad					
79. Ettevõtjad	1	2	3	4	5
80. Teadlased	1	2	3	4	5
81. Kultuuritegelased	1	2	3	4	5
82. Poliitikud	1	2	3	4	5

83. Milline usutunnistus on Teile kõige südamelähedasem? *Valige üks vastus.*

1 Luteri usk
2 Katoliiklus
3 Õigeusk
4 Baptism, metodism, adventism
5 Nelipühilus jt . kristlikud usulahud
6 Maausk, Taarausk
7 Budism
8 Judaism
9 Islam
10 Muu. *Kirjutage, milline* _____
11 Mitte ükski

84. Kas pooldate Eesti astumist Euroopa Liitu?

1 Pooldan täielikult
2 Pigem pooldan
3 Pigem ei poolda
4 Üldse ei poolda
5 Ei oska öelda
6 Ei tea, ükskõik

Nüüd veidi täpsemalt Teie suhtumisest, tunnetest Euroopa Liidu ja Eesti riigi suhtes. Kumb igast sõnapaarist ja mil määral kirjeldab Teie tundeid <u>Euroopa Liidu suhtes</u>? *Märkige, palun, tabeli igal real ristikesega see vastusevariant, mis sobib Teie tunnetega Euroopa Liidu suhtes kõige paremini. Kolm vasakpoolset tulpa näitavad vasakpoolse, kolm parempoolset parempoolse omaduse kehtivust erineva intensiivsusega.*

	Väga hästi	kesk-miselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	Kesk-miselt	Väga hästi	
85. Kiire								**Aeglane**
86. Oma								**Võõras**
87. Värviline								**Hall**
88. Avatud								**Suletud**
89. Jõuetu								**Jõuline**
90. Soe								**Külm**
91. Kahanev								**Kasvav**
92. Arenev								**Paigalseisev**

	Väga hästi	kesk-miselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	Kesk-miselt	Väga hästi	
93. Üleolev								**Võrdne**
94. Tõusev								**Langev**
95. Üksluine								**Mitmekesine**
96. Turvaline								**Ohtlik**
97. Peletav								**Ligitõmbav**
98. Puhas								**Määrdunud**
99. Ebasõbralik								**Sõbralik**
100. Killustatud								**Ühtne**

101. Kumma väitega Te nõustute?

A. Eesti riik peab tegema jõupingutusi Eesti maine kujundamiseks välismaal

B. Eesti maine kujundamiseks välismaal ei ole vaja mingeid riiklikke jõupingutusi

1 Nõustun täielikult A-ga
2 Nõustun pigem A-ga
3 Ei tea, raske öelda, ei ole sellele mõelnud
4 Nõustun pigem B-ga
5 Nõustun täielikult B-ga

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral iseloomustab Teie tundeid <u>Eesti riigi</u> suhtes?
Tõmmake , palun, analoogiliselt eelmise tabeliga igal real ristike sobivasse kastikesse.

	väga hästi	kesk-miselt	vähesel määral	ei seda ega teist	vähesel määral	kesk-miselt	väga hästi	
102. Kiire								**Aeglane**
103. Oma								**Võõras**
104. Värviline								**Hall**
105. Avatud								**Suletud**
106. Jõuetu								**Jõuline**
107. Soe								**Külm**
108. Kahanev								**Kasvav**
109. Arenev								**Paigalseisev**
110. Üleolev								**Võrdne**
111. Tõusev								**Langev**
112. Üksluine								**Mitmekesine**
113. Turvaline								**Ohtlik**
114. Peletav								**Ligitõmbav**
115. Puhas								**Määrdunud**
116. Ebasõbralik								**Sõbralik**
117. Killustatud								**Ühtne**

118. Kelle puhul järgnevas nimekirjas Te võite öelda, et tunnete nendega mingit ühtekuuluvust nii, et võiksite enda ja nende kohta kasutada sõna "meie"?
Tõmmake ring ümber <u>kõigi</u> Teie jaoks sobivate variantide ees olevatele numbritele

1, Eestlased
2, Eesti venelased
3, Väliseestlased
4, Venemaa venelased
5, Kõik inimesed, kes Eestis elavad
6, Eurooplased
7, Endised "sotsialismileeri" inimesed, "idaeurooplased"
8, Inimkond
9, Põhjamaalased
10, Need, kellega on ühine kodakondsus, kaaskodanikud
11, Töökaaslased, kolleegid
12, Õpingukaaslased
13, Inimesed, kelle vaated elule on minu omadega sarnased
14, Edukad inimesed
15, Inimesed, kellel elus ei vea
16, Minu ea- ja põlvkonnakaaslased
17, Sõbrad
18, Tööinimesed
19, Inimesed, kellega mul on ühised huvid
20, Ärimehed, ettevõtjad, omanikud
21, Oma linna, valla, maakoha elanikud
22, Vaesed, eluraskusi tundvad inimesed
23, Jõukad, majanduslikult kindlustatud inimesed
24, Suguvõsa
25, Perekond
26, Inimesed, kes millegi eest vastutavad, midagi otsustavad
27, Tavalised inimesed, "reakodanikud"
28, Inimesed, kellega mul on üks maitse, sarnased eelistused
29, Inimesed, kellega jagan ühised elamusi, mälestusi mingitest sündmustest või ettevõtmistest
30, Naabrid, oma maja, tänava inimesed

KONTAKTID, LIIKUMISVÕIMALUSED

Viimase viieteistkümne aastaga on paljude inimeste jaoks toimunud muutused nende liikumisvõimalustes kas avardumise või siis ka vähenemise suunas.

Kuidas Teie hindate enda liikumisvõimalusi, kuivõrd need on võrreldes ajaga enne Eesti iseseisvuse taastamist muutunud? *Tõmmake, palun, ring ümber sobivale vastusevariandile.*

	Väga palju suure-nenud	Mõnevõrra suure-nenud	Jäänud samaks	Mõne-võrra vähe-nenud	Väga palju vähe-nenud
119. Eesti piirides	1	2	3	4	5
120. Eestist kaugemale	1	2	3	4	5

Milline on Teie seotus Eesti erinevate linnade, piirkondadega?
Tõmmake, palun, igal real ring ümber sellele vastusevariandi numbrile, mis iseloomustab kõige paremini Teie kokkupuuteid selle paikkonnaga.

	Elan siin	Olen käinud seal sellel (2002) aastal...					Ei ole kunagi käinud
		Iga nädal	Iga kuu	Mõni kord aastas	Kord aastas	Sel aastal pole käinud	
121. Tallinn, Tallinna lähiümbrus	1	2	3	4	5	6	7
122. Tartu, Tartu lähiümbrus	1	2	3	4	5	6	7
123. Pärnu	1	2	3	4	5	6	7
124. Narva , Sillamäe	1	2	3	4	5	6	7
125. Kohtla-Järve, Jõhvi	1	2	3	4	5	6	7
126. Viljandi	1	2	3	4	5	6	7
127. Haapsalu	1	2	3	4	5	6	7
128. Rakvere	1	2	3	4	5	6	7
129. Paide, Türi, Rapla	1	2	3	4	5	6	7
130. Valga, Võru, Põlva	1	2	3	4	5	6	7
131. Väiksemad linnad, külad Raplamaal, Harjumaal, Lääne-Virumaal	1	2	3	4	5	6	7
132. Väiksemad linnad, külad Ida-Virumaal	1	2	3	4	5	6	7
133. Väiksemad linnad, külad Läänemaal, Pärnumaal	1	2	3	4	5	6	7
134. Väiksemad linnad, külad Jõgevamaal, Järvamaal, Viljandimaal	1	2	3	4	5	6	7
135. Väiksemad linnad, külad Tartu-, Valga-, Võru- ja Põlvamaal	1	2	3	4	5	6	7
136. Saaremaa, Hiiumaa jt. saared	1	2	3	4	5	6	7

HUVI TEISTE MAADE, KULTUURIDE VASTU

Kuivõrd lähedased, arusaadavad tunduvad Teile järgmised kultuurid, kas suurel määral, mõnevõrra või üldse mitte? *Tõmmake ring igal real ümber Teile sobivale vastusevariandile.*

	Suurel määral	Mõnevõrra	Üldse mitte	*Ei oska öelda, ei tunne seda*
137. ameerika (USA)	1	2	3	*4*
138. hispaania	1	2	3	*4*
139. india	1	2	3	*4*
140. inglise	1	2	3	*4*
141. islamimaade	1	2	3	*4*
142. jaapani	1	2	3	*4*
143. juudi	1	2	3	*4*
144. ladina-ameerika	1	2	3	*4*

	Suurel määral	Mõnevõrra	Üldse mitte	*Ei oska öelda, ei tunne seda*
145. läti	1	2	3	*4*
146. prantsuse	1	2	3	*4*
147. rootsi	1	2	3	*4*
148. saksa	1	2	3	*4*
149. soome	1	2	3	*4*
150. tsehhi	1	2	3	*4*
151. ukraina	1	2	3	*4*
152. ungari	1	2	3	*4*
153. valgevene	1	2	3	*4*
154. vene	1	2	3	*4*

Kuivõrd pakub Teile huvi saada uudiseid allpoolnimetatud maadest, olla kursis sealsete sündmustega?

	Väga huvitab	Mõnevõrra huvitab	Ei huvita
155. Läti	1	2	3
156. Leedu	1	2	3
157. Venemaa	1	2	3
158. Valgevene, Ukraina, Moldaavia	1	2	3
159. Gruusia, Armeenia, Azerbaidzan	1	2	3
160. Usbekistan, Kasahstan, Turkmeenia, Kirgiisia	1	2	3
161. Soome	1	2	3
162. Rootsi	1	2	3
163. Taani, Norra	1	2	3
164. Poola, Ungari, Tshehhi, Slovakkia	1	2	3
165. Bulgaaria, Rumeenia	1	2	3
166. Jugoslaavia ja/või tema lagunemisel tekkinud riigid (Sloveenia, Horvaatia, Bosnia jt.)	1	2	3
167. Saksamaa	1	2	3
168. Holland, Belgia	1	2	3
169. Hispaania, Portugal	1	2	3
170. Prantsusmaa	1	2	3
171. Suurbritannia, Iirimaa	1	2	3
172. Vahemeremaad (Itaalia, Kreeka, Türgi jt.)	1	2	3
173. Lähis-Ida (Iisrael, Araabia maad)	1	2	3
174. Aafrika maad	1	2	3
175. USA, Kanada	1	2	3
176. Ladina-Ameerika maad (Brasiilia, Argentiina jt.)	1	2	3
177. Jaapan, Hiina, India jt. Aasia riigid	1	2	3
178. Austraalia, Uus-Meremaa	1	2	3

Täpsema ettekujutuse elust teistes maades annavad erinevad kontaktid. Millised on Teie kokkupuuted allpooltoodud maadega? *Märkige, palun, iga maa kohta kõik oma isiklikud kontaktid - ühes reas võib olla mitu vastust.*

	Ei ole mingeid kontakte	Olen seal käinud kord või paar	Olen käinud mitmeid kordi, viibinud seal pikemalt	Mul on seal sugulased, sõbrad	Mul on seal töö- ja ärisidemed
179. Läti	1,	2,	3,	4,	5,
180. Leedu	1,	2,	3,	4,	5,
181. Venemaa	1,	2,	3,	4,	5,
182. Valgevene, Ukraina, Moldaavia	1,	2,	3,	4,	5,
183. Gruusia, Armeenia, Azerbaidzan	1,	2,	3,	4,	5,
184. Usbekistan, Kasahstan, Turkmeenia, Kirgiisia	1,	2,	3,	4,	5,
185. Soome	1,	2,	3,	4,	5,
186. Rootsi	1,	2,	3,	4,	5,
187. Taani, Norra	1,	2,	3,	4,	5,
188. Poola, Ungari, Tshehhi, Slovakkia	1,	2,	3,	4,	5,
189. Bulgaaria, Rumeenia	1,	2,	3,	4,	5,
190. Jugoslaavia ja/või tema lagunemisel tekkinud riigid (Sloveenia, Horvaatia, Bosnia jt.)	1,	2,	3,	4,	5,
191. Saksamaa	1,	2,	3,	4,	5,
192. Holland, Belgia	1,	2,	3,	4,	5,
193. Hispaania, Portugal	1,	2,	3,	4,	5,
194. Prantsusmaa	1,	2,	3,	4,	5,
195. Suurbritannia, Iirimaa	1,	2,	3,	4,	5,
196. Vahemeremaad (Itaalia, Kreeka, Türgi jt.)	1,	2,	3,	4,	5,
197. Lähis-Ida (Iisrael, Araabia maad)	1,	2,	3,	4,	5,
198. Aafrika. Maad	1,	2,	3,	4,	5,
199. USA, Kanada	1,	2,	3,	4,	5,
200. Ladina-Ameerika maad (Brasiilia, Argentiina jt.)	1,	2,	3,	4,	5,
201. Jaapan, Hiina, India jt. Aasia riigid	1,	2,	3,	4,	5,
202. Austraalia, Uus-Meremaa	1,	2,	3,	4,	5,

203. Kas Te olete viimase viie aasta jooksul käinud välismaal?

1 Jah, sageli, mõnel aastal mitu korda
2 Mõned korrad, peaaegu igal aastal korra
3 Üks-kaks korda viie aasta jooksul
4 Ei ole käinud

204. Kas tahaksite Eestist lahkuda, püsivalt mujale elama asuda?

1 Jah
2 Ei
3 Võib olla, raske öelda

Küsimus neile, kes on mõelnud mujale asumisest:
205. Millisel maal (maades) tahaksite elada?

_____

ELULAAD, HARJUMUSED, TEGEVUSED

Inimesed tegelevad oma elus erineva sagedusega paljude asjadega. Palun märkige, püüdmata võrrelda erinevaid tegevusi omavahel, kui regulaarselt ehk millise sagedusega tegelete Teie enda arvates alljärgnevaga. Seejuures võivad mõisted "sageli" ja "mõnikord" omada erinevate tegevuste puhul erinevat tähendust.
Kui sageli Te...

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord, vahetevahel	Väga harva	Üldse mitte
Käite ...				
206. Kinos	1	2	3	4
207. Teatris	1	2	3	4
208. Näitustel	1	2	3	4
209. Raamatukogus	1	2	3	4
210. Kontserdil	1	2	3	4
211. Kirikus	1	2	3	4
212. Restoranides, kohvikutes, pubides	1	2	3	4
213. Klubides, reividel, diskodel	1	2	3	4
214. Külas sõpradel-sugulastel	1	2	3	4
215. Huvi-, turismi reisidel	1	2	3	4
216. Töö- ja ärireisidel	1	2	3	4
217. Matkadel, looduses	1	2	3	4
218. Seminaridel, konverentsidel, koolitustel	1	2	3	4
219. Koosolekutel, aruteludel	1	2	3	4
Tegelete ...				
220. Ilukirjanduse lugemisega	1	2	3	4
221. Töö- ja huvialase kirjanduse lugemisega	1	2	3	4
222. Aiatööga	1	2	3	4
223. Treeningu, kehaliste harjutuste, sportmängudega	1	2	3	4
224. Käsitööga, meisterdamisega	1	2	3	4
225. Pillimänguga, laulmisega, tantsimisega	1	2	3	4
226. Loto vm. ennustusmängude mängimisega	1	2	3	4
227. Joonistamise, fotograafia, maalimise, tarbekunstiga	1	2	3	4
228. Filmimise, video-või muusikasalvestamisega	1	2	3	4
229. Vabal ajal auto-, moto-, paadi- või jalgrattasõiduga	1	2	3	4

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord, vahetevahel	Väga harva	Üldse mitte
230. Arvutiga seotud harrastustega (mängud, jutukad, programmide, koduleheküIgede, arvutimuusika vms. loomine)	1	2	3	4
231. Hasartmängudega (kasiinod, mänguautomaadid)	1	2	3	4
232. Tehniliste harrastustega (sh. autoga tegelemine)	1	2	3	4
233. Ristsõnade lahendamisega	1	2	3	4
234. Kollektsioneerimisega, kogumisega	1	2	3	4
235. Muude hobide, harrastustega *Kirjutage, millistega* _____	1	2	3	4

236. Kuivõrd sageli pöörduvad kaaslased, tuttavad, pere liikmed Teie poole nõu ja arvamuse küsimiseks?

1 Väga sageli
2 Küllalt sageli
3 Vahetevahel
4 Üldiselt harva
5 Väga harva

237. Kas Te kuulute mõnda seltsi, ühendusse või organisatsiooni?

1 Jah ⇨ *Järgmine küsimus*
2 Ei ⇨ *Jätkake palun* 256. *küsimusega*

Kas ja kuivõrd aktiivselt osalete järgmiste ühenduste, seltside tegevuses?

	Olen liige, osalen aktiivselt	Olen liige, aga eriti ei osale	Ei ole liige, aga tegevus pakub huvi	Ei ole liige, ei paku huvi
238. Korteri-, suvila- ja tarbijaühistud	1	2	3	4
239. Üürnike ühendused	1	2	3	4
240. Õigusjärgsete omanike ühendused	1	2	3	4
241. Usuühingud, kirikukogudused	1	2	3	4
242. Spordi ja kehakultuuri organisatsioonid	1	2	3	4
243. Heategevuslikud klubid (näit. Rotary, Lions, Zonta jm.)	1	2	3	4
244. Huviklubid, vaba aja klubid (näit. Kalasatamine, moto, aiandus jm.)	1	2	3	4
245. Poliitilised ühendused, erakonnad	1	2	3	4
246. Ametiühingud	1	2	3	4
247. Eriala- ja kutseliidud	1	2	3	4

	Olen liige, osalen aktiivselt	Olen liige, aga eriti ei osale	Ei ole liige, aga tegevus pakub huvi	Ei ole liige, ei paku huvi
248. Kaitseliit	1	2	3	4
249. Pere- ja naisteühendused	1	2	3	4
250. Noorteklubid, laste- ja noorteühendused	1	2	3	4
251. Puuetega inimeste ühendused	1	2	3	4
252. Haridus- teadus- ja koolitusseltsid, akadeemilised ühendused	1	2	3	4
253. Keskkonnakaitse või muinsuskaitse ühendused	1	2	3	4
254. Kultuuriseltsid, kultuuriharrastustega tegelevad ringid ja ühendused	1	2	3	4
255. Muud organisatsioonid või ühendused. *Kirjutage, millised* _____	1	2	3	4

Kas Te olete erinevatel perioodidel osalenud…
Märkige, palun, iga perioodi puhul eraldi vastavas lahtris, võib olla mitu vastust.

	1988-1991	1992-1999	2000- 2002	Ei ole kunagi osalenud
256. …rahvakogunemistel, avalikel kõnekoosolekutel, allkirjade kogumises, valimiseelsetel kohtumistel, muudel avalikel üritustel	1,	2,	3,	4,
257. …erakonna, liikumise sisestel üritustel, koosolekutel, kokkutulekutel, seminaridel	1,	2,	3,	4,

Kas Te olete allpool nimetatud aastatel osa võtnud valimistest?

	Ei olnud valimisõiguslik	Olin valimisõiguslik		Ei tea, ei mäleta
		Osalesin	Ei osalenud	
258. 1990 a. Ülemnõukogu valimised	1	2	3	4
259. 1990 a. Eesti Kongressi valimised	1	2	3	4
260. 1992 a. Riigikogu ja presidendi valimised	1	2	3	4
261. 1995 a. Riigikogu valimised	1	2	3	4
262. 1999 a. Riigikogu valimised	1	2	3	4
263. 1999 a. Kohalikud valimised	1	2	3	4
264. 2002 a. Kohalikud valimised	1	2	3	4

OSALEMINE ETTEVÕTLUSES JA PROJEKTIDES

265. Kas peate end ettevõtlikuks inimeseks?

1 Jah, kindlasti
2 Mõnevõrra
3 Ei oska öelda
4 Pigem mitte
5 Üldse mitte

266. Kas olete teinud, teete midagi lisateenistuse hankimiseks?
Märkige, palun, kõik sobivad vastused.

1, Müünud oma toodangut, aia- põllusaadusi, metsa
2, Töötanud mitmel töökohal, kohakaaslusega
3, Teinud hooajatöid, juhutöid
4, Täitnud ühekordseid projekte, tellimusi, lepinguid
5, Tegelnud kaupade vahendamisega
6, Käinud tööl välismaal
7, Muu tegevus. *Kirjutage, milline* _____
8, Ei ole midagi teinud

	Jah	Ei
267. Kas olete olnud/olete mõne äriühingu liige?	1	2
268. Kas olete ostnud/müünud mõne ettevõtte aktsiaid?	1	2
269. Kas olete paigutanud raha investeerimisfondidesse?	1	2

270. Kas olete osalenud mõnes äriprojektis?

1 Ei ole
2 Ühes
3 Mitmes

271. Kas olete osalenud mõnes mittetulunduslikus projektis, mida on rahastanud välismaised fondid, Eesti riik või omavalitsused? (näiteks sotsiaal-, heategevus-, kultuuri-, koolitus-, uurimis- ja muud projektid ning programmid)

1 Ei ole
2 Ühes
3 Mitmes

272. Kas Teie ärilised ettevõtmised (näiteks aktsiate ost, raha paigutamine mõnesse projekti vms.) on kokkuvõttes olnud ...

1 õnnestunud, tulutoovad
2 pigem tulutoovad
3 pigem kahju toovad
4 täiesti ebaõnnestunud, kahjumit toovad
5 Mul puuduvad kogemused äri ja raha paigutamise alal

273. Kas olete kannatanud kahju mõne ettevõtte, panga pankroti tõttu?

1 Jah
2 Ei

KULTUURIHARRASTUSED

Millised allpool loetletud asjad olid olemas Teie lapsepõlvekodus?

Mis on Teie kodus olemas praegu või kas tahaksite, et neid oleks?

Tõmmake, palun, igale reale kaks ringi, millest üks iseloomustab selle eseme olemasolu Teie lapsepõlvekodus, teine praegust olukorda.

	274. Oli lapsepõlve-kodus	Praegu... ...on	...ei ole, tahaksin, et oleks	...ei ole ega ei taha
275. Palju igasuguseid raamatuid	1,	1	2	3
276. Entsüklopeedia	2,	1	2	3
277. Kunstiraamatud, kunstialbumid	3,	1	2	3
278. Piibel	4,	1	2	3
279. Luuleraamatuid	5,	1	2	3
280. Vanu ajakirju	6,	1	2	3
281. Teaduslikke, filosoofilisi raamatuid	7,	1	2	3
282. Loodusraamatuid	8,	1	2	3
283. Pildialbumeid ja raamatuid kaugetest maadest ja ajaloost	9,	1	2	3
284. Originaalkunstiteoseid (maalid, graafika, skulptuurid, tarbekunst)	10,	1	2	3
285. Disainitud või käsitsi meisterdatud mööbel	11,	1	2	3
286. Vanaaegseid iluasju, tarbeesemeid, pilte, käsitööd, tööriistu	12,	1	2	3
287. Muusikariistad	13,	1	2	3
288. Kangasteljed	14,	1	2	3
289. Rahvariided	15,	1	2	3
290. Plaatide, CD-de, videokassettide kogu	16,	1	2	3

Kas olete ise tegelnud omaloomingu või järgmiste kunstiharrastustega:
Tõmmake ring ümber igal real ühele Teile sobivaimale vastusevariandile.

	ei ole seda kunagi teinud	tegelesin varem, olen kunagi proovinud	tegelen praegu
291. Pidanud päevikut, teinud märkmeid oma elust	1	2	3
292. Kirjutanud luuletusi, jutte	1	2	3
293. Kirjutanud artikleid, arvustusi, uurimusi	1	2	3
294. Teinud laulusõnu	1	2	3
295. Joonistanud, maalinud	1	2	3
296. Laulnud kooris, ansamblis	1	2	3
297. Tegelenud näitemängu või tantsimisega	1	2	3
298. Mänginud pilli, mõnd muusikariista	1	2	3
299. Kirjutanud ise muusikat, teinud pillilugusid	1	2	3
300. Teinud filme, videosid	1	2	3
301. Tegelnud fotograafiaga	1	2	3
302. Voolinud, nikerdanud	1	2	3
303. Tegelnud kodukujunduse, lilleseadega	1	2	3
304. Tegelnud ehisaianduse, maastikukujundusega	1	2	3
305. Teinud kunstkäsitööd	1	2	3
306. Tegelenud moe, rõivakujundusega	1	2	3

307. Kui suur on praegu Teie kodune raamatukogu? *Arvestage, et raamaturiiuli ühele meetrile mahub keskmiselt 50 raamatut*

1 Kuni 50 raamatut
2 50-100
3 100-300
4 300-500
5 500-1000
6 1000-2000
7 Üle 2000 raamatu

308. Kas ostate raamatuid...

1 sageli, regulaarselt
2 mõnikord, vahetevahel
3 väga harva
4 praktiliselt ei osta

309. Kas võtate raamatuid lugeda raamatukogust või teistelt inimestelt?

1 sageli, regulaarselt
2 mõnikord, vahetevahel
3 väga harva
4 praktiliselt mitte

Järgmine küsimus on neile, kes vähemalt vahetevahel ostavad või laenutavad raamatuid. Teised jätkavad küsimusega 311.

310. Kujutlege, et olete raamatupoes või raamatukogus. Milliselt riiulilt otsiksite endale huvipakkuvat raamatut? *Tõmmake ring ümber nendele valdkondadele, mis huvi pakuvad.*

1, Teatmeteosed
2, Minu erialaga seotud kirjandus
3, Lasteraamatud
4, Kriminaalromaanid, põnevusromaanid
5, Ulmekirjandus
6, Armastusromaanid
7, Eesti kaasaegne kirjandus
8, Välismaa kaasaegne väärtkirjandus
9, Eesti klassika
10, Välisklassika
11, Vene kaasaegne kirjandus
12, Ajaloolised ja eluloolised romaanid
13, Luuleraamatud
14, Teaduslikud avastused
15, Reisikirjad, maadeavastused
16, Kodu sisustamine
17, Laste kasvatus
18, Äri, ettevõtlus
19, Majandus, rahandus
20, Suhtlemine,käitumine
21, Salapärased nähtused, ended, horoskoobid
22, Loodus
23, Ajalugu
24, Kunst,muusika,teater,film
25, Filosoofia, poliitilika, ühiskond
26, Mälestused, elulood
27, Tervis
28, Auto
29, Arvutikirjandus
30, Toitumine
31, Koomiksid, naljaraamatud

311. Kas armastate lugeda ilukirjandust?

1 Jah, väga
2 Üldiselt küll
3 Mitte eriti
4 Üldse mitte

312. Kas armastate filme vaadata?

1 Jah, väga
2 Üldiselt küll
3 Mitte eriti
4 Üldse mitte

Järgmised küsimused on neile, kes armastavad filme vaadata. Kes filmidest ei huvitu, jätkavad küsimusega 349.
Kas vaatate filme...

	Väga sageli	Küllalt sageli	Vahete-vahel	Mõnikord harva	Praktiliselt mitte kunagi
313. Televiisorist	1	2	3	4	5
314. Videost	1	2	3	4	5
315. DVD-lt, arvutist	1	2	3	4	5
316. Kinos	1	2	3	4	5
317. Klubis	1	2	3	4	5
318. Festivalidel, filmiüritustel	1	2	3	4	5

Milliseid filme Teile meeldib vaadata?
Hinnake oma huvi erinevate filmide vastu, valides igal real ühe Teie jaoks kõige sobivama vastusevariandi.

	Väga meeldib	Üldiselt meeldib	Raske öelda	Üldiselt ei meeldi	Üldse ei meeldi	Ei kujuta ette, mis see on
319. Armastusfilme	5	4	3	2	1	0
320. Sõjafilme	5	4	3	2	1	0
321. Muusikafilme	5	4	3	2	1	0
322. Komöödiaid, huumorifilme	5	4	3	2	1	0
323. Filme tuntud kirjandusteoste põhjal	5	4	3	2	1	0
324. Eluloolisi filme tuntud isikutest	5	4	3	2	1	0
325. Trillereid	5	4	3	2	1	0
326. Ulme-, kosmose-, tulnukate filme	5	4	3	2	1	0
327. Kultusfilme	5	4	3	2	1	0
328. Võitlus- ja märulifilme	5	4	3	2	1	0
329. Kriminaal-, detektiiv-, politseifilme	5	4	3	2	1	0
330. Õudusfilme, horrorit	5	4	3	2	1	0
331. Katastroofifilme	5	4	3	2	1	0
332. Vesterneid	5	4	3	2	1	0
333. Vanu ameerika väärtfilme	5	4	3	2	1	0
334. Vanu Euroopa väärtfilme	5	4	3	2	1	0
335. Vanu nõukogudeaegseid väärtfilme	5	4	3	2	1	0
336. Kaasaegseid psühholoogilisi filme	5	4	3	2	1	0
337. Tuntud rezhissööride filme	5	4	3	2	1	0
338. Filme, kus mängivad minu lemmiknäitlejad	5	4	3	2	1	0
339. Multikaid, nukufilme	5	4	3	2	1	0
340. Täiskasvanute joonisfilme	5	4	3	2	1	0
341. Välismaa tõsielufilme	5	4	3	2	1	0
342. Erootilisi filme	5	4	3	2	1	0
343. Ajaloolisi seiklusfilme	5	4	3	2	1	0
344. Tõsielufilme Eestist	5	4	3	2	1	0
345. Loodusfilme	5	4	3	2	1	0
346. Portreefilme	5	4	3	2	1	0
347. Dokfilme kaugetest maadest	5	4	3	2	1	0
348. Dokfilme ajaloolistest sündmustest	5	4	3	2	1	0

349. Kas armastate muusikat kuulata?

1 Jah, väga
2 Üldiselt küll
3 Mitte eriti ⇨ *Jätkake küsimusega 397.*
4 Üldse mitte ⇨ *Jätkake küsimusega 397.*

Kui sageli Te kuulate muusikat...

	Väga sageli	Küllalt sageli	Vahete-vahel	Väga harva	Praktiliselt mitte kunagi
350. raadiost	5	4	3	2	1
351. televiisorist	5	4	3	2	1
352. CD-lt	5	4	3	2	1
353. Plaadilt, lindist	5	4	3	2	1
354. Internetist, arvutist	5	4	3	2	1
355. Elavas ettekandes, kontserdil	5	4	3	2	1

Millist muusikat Teile meeldib kuulata?

	Väga meel-dib	Üldiselt meel-dib	Raske öelda	Üldiselt ei meeldi	Üldse ei meeldi	Ei kujuta ette, mis see on
356. Klassikalist sümfoonilist muusikat	5	4	3	2	1	0
357. Klassikalist kammermuusikat	5	4	3	2	1	0
358. Kaasaegset sümfoonilist muusikat	5	4	3	2	1	0
359. Kaasaegset kammermuusikat	5	4	3	2	1	0
360. Kaasaegset koorimuusikat	5	4	3	2	1	0
361. Traditsioonilisi eesti koorilaule	5	4	3	2	1	0
362. Keskaegset ja renessansimuusikat	5	4	3	2	1	0
363. Vaimulikku muusikat	5	4	3	2	1	0
364. Ooperimuusikat	5	4	3	2	1	0
365. Operetimuusikat	5	4	3	2	1	0
366. Kitarrimuusikat	5	4	3	2	1	0
367. Orelimuusikat	5	4	3	2	1	0
368. Klaverimängu	5	4	3	2	1	0
369. Viiulimängu	5	4	3	2	1	0
370. Akordionimuusikat	5	4	3	2	1	0
371. Romansse	5	4	3	2	1	0
372. Rahvalikke laule ja pillilugusid	5	4	3	2	1	0
373. Folkmuusikat	5	4	3	2	1	0
374. Jazzmuusikat	5	4	3	2	1	0
375. Bluesi, souli	5	4	3	2	1	0
376. Muusikat filmidest ja muusikalidest	5	4	3	2	1	0
377. Klassikalist rokkmuusikat	5	4	3	2	1	0
378. Kaasaegset rokkmuusikat	5	4	3	2	1	0
379. Popansambleid, poplauljaid	5	4	3	2	1	0
380. Rock'n'rolli	5	4	3	2	1	0
381. Shansoone, ballaade	5	4	3	2	1	0
382. Mustlasmuusikat	5	4	3	2	1	0
383. Traditsioonilist tantsumuusikat	5	4	3	2	1	0
384. Discot	5	4	3	2	1	0
385. Elektroonilist muusikat (house, garage, trance, techno)	5	4	3	2	1	0
386. Idamaist muusikat	5	4	3	2	1	0
387. Latiino-poppi	5	4	3	2	1	0
388. Eesti rahvalikku pop-muusikat	5	4	3	2	1	0
389. Ehedat etnograafilist muusikat	5	4	3	2	1	0
***390. Ambient*-stiilis muusikat**	5	4	3	2	1	0
391. Kantrit	5	4	3	2	1	0

	Väga meeldib	Üldiselt meeldib	Raske öelda	Üldiselt ei meeldi	Üldse ei meeldi	Ei kujuta ette, mis see on
392. Metal-muusikat	5	4	3	2	1	0
393. Punk-stiilis muusikat	5	4	3	2	1	0
394. Reggae stiili	5	4	3	2	1	0
395. Rap stiili	5	4	3	2	1	0
396. Hip-hop stiilis muusikat	5	4	3	2	1	0

KEELEKASUTUS

397. Mis keel on Teie emakeel?

1 eesti
2 vene
3 muu *Kirjutage, milline* _____

Milliseid muid keeli Te oskate veel peale emakeele ja millisel tasemel?
Märkige, palun, iga keele kohta sobivaim variant.

	Üldse ei oska	Saan veidi aru, aga ei räägi	Saan aru ja veidi räägin	Saan aru, räägin ja kirjutan	Valdan vabalt
398. inglise keel	1	2	3	4	5
399. soome keel	1	2	3	4	5
400. vene keel	1	2	3	4	5
401. saksa keel	1	2	3	4	5
402. prantsuse keel	1	2	3	4	5
403. rootsi keel	1	2	3	4	5
404. Muu keel. *Kirjutage, milline* _____	1	2	3	4	5

Inimestel läheb tänapäeval tarvis võõrkeeli nii omavahel kui meediaga suhtlemisel või mitmesuguste siltide, tarbetekstide või dokumentide lugemisel. Milliseid võõrkeeli ja kui sageli olete kasutanud viimase kuu jooksul?

	Pidevalt, igapäevaselt	Aeg-ajalt	Üksikjuhtudel	Üldse mitte
405. vene keelt	1	2	3	4
406. inglise keelt	1	2	3	4
407. soome keelt	1	2	3	4
408. saksa keelt	1	2	3	4
409. prantsuse keelt	1	2	3	4
410. rootsi keelt	1	2	3	4
411. Muud keelt *Kirjutage, millist* _____	1	2	3	4

412. Kas Te olete viimase kuu jooksul kasutanud (kasvõi põgusalt) mingit muud keelt peale oma emakeele?

1 Jah ⇨ *Järgmine küsimus*
2 Ei ⇨ *Jätkake küsimusega 415.*

Mõelge palun nende kordade peale viimase kuu aja jooksul, kui te olete kasutanud vene, inglise, soome või mõnd muud keelt peale oma emakeele.
Millistel alljärgnevalt loetletud juhtudel on Teil läinud vaja vene keelt?
Millistel juhtudel inglise, saksa, soome või mõnda muud võõrkeelt?

On läinud vaja...	413. vene keelt	414. muud võõrkeelt
...vesteldes sõpradega, tuttavatega	1,	1,
...tuttavate-sõprade-kolleegidega kirjavahetuse teel (k.a. e-kirjad)	2,	2,
...Internetis: foorumidel, jututubades, ankeetidele vastates vm	3,	3,
...suheldes turistide, väliskülalistega	4,	4,
...suheldes bussis, tänaval, poes vm.	5,	5,
...õpetajaga (koolis, kursustel)	6,	6,
...tööl oma ülemusega	7,	7,
...tööl oma klientidega	8,	8,
...töökaaslastega (kooli- või kursusekaaslastega)	9,	9,
...kellegagi diskol, klubis, baaris vm	10,	10,
...kaaslas(t)ega huviringis, trennis vm	11,	11,
...ühingutes jms koostegutsemise kohtades	12,	12,
...müüjaga, pangaametniku vt teenindajaga	13,	13,
...mõnes asutustes ametnikuga	14,	14,
...naabritega	15,	15,
...sugulaste, pereliikmetega	16,	16,
...ajalehti-ajakirju lugedes	17,	17,
...telerit vaadates	18,	18,
...raadiot kuulates	19,	19,
...arvutiga töötades, mängides	20,	20,
...raamatut lugedes	21,	21,
...reklaame, silte, kasutusjuhendeid jm tarbetekste lugedes	22,	22,

415. Allpool on toodud mõned väited, mis puudutavad keelte õppimist ja kasutamist tänases Eestis. Milliste väidetega Te nõustute, so millised sobivad Teie arvamusega?
Tõmmake nende väidete ees olevatele numbritele ring ümber, millega nõustute.

1, Eesti keelt on vaja mitte-eestlastel osata eelkõige selleks, et saada head töökohta
2, Kui inimene oskab eesti keelt, pole oluline, et ta kuulub teise rahvusesse
3, On normaalne, kui Eesti venelane ja eestlane räägivad omavahel inglise keeles
4, Kui oled hea spetsialist või omad tutvusi, saab hea töökoha ka eesti keelt oskamata
5, Kui muulane õpib ära eesti keele, suurendab see eelkõige vastastikust usaldust eestlastega
6, Eesti keelele ja kultuurile on praegu kõige suuremaks ohuks inglise keele pealetung
7, Eestlased peaksid pöörama rohkem tähelepanu eesti keele hoidmisele ja kaitsele
8, Emakeel jääb minu jaoks alati kõige olulisemaks, sest ta seob mind oma rahvusega

MEEDIAKASUTUS, INFOKANALID

Milline vastusevariant iseloomustab kõige paremini Teie suhet allpooltoodud esemetesse? Kas Teil on kodus ..
Valige, palun, igalt realt enda jaoks üks sobivaim vastusevariant.

	On olemas	Ei ole, kuid kavatsen muretseda	Ei saa seda endale lubada, ehkki tahaksin	Ei ole, ei taha ka
416. Värviteler	1	2	3	4
417. Satelliidiantenn, kaabliühendus	1	2	3	4
418. Muusikakeskus	1	2	3	4
419. Videoaparatuur	1	2	3	4
420. Lauatelefon	1	2	3	4
421. Personaalarvuti	1	2	3	4
422. Internetiühendus	1	2	3	4
423. Sülearvuti	1	2	3	4
424. Printer	1	2	3	4

425. Kui Teil on kodus Internetiühendus, siis kas see on …

1 Püsiühendus
2 Sissehelistamisega ühendus

426. Mitut telekanalit Teil on võimalik kodus jälgida?

1 1-3 kanalit
2 4-12 kanalit
3 13-25 kanalit
4 26-75 kanalit
5 üle 75 kanali
6 Kodus ei ole telerit

427. Kas Teil on mobiiltelefon?

1 Jah
2 Ei ⇨ Jätkake küsimusega 435.

428. Millal Te hakkasite mobiiltelefoni kasutama?

1 Sellel aastal
2 Eelmisel aastal
3 Paar-kolm aastat tagasi
4 Neli-viis aastat tagasi
5 Varem kui viis aastat tagasi

429. Kas Teie mobiilil on WAP või GPRS funktsioon?

1 Jah
2 Ei
3 Ei tea

Mitu korda Te tavalise päeva jooksul kasutate mobiiltelefoni ...

	Mitte ühtegi korda	1-3 korda päevas	4-8 korda päevas	9-12 korda päevas	13-20 korda päevas	üle 20 korra päevas
430. … ise mobiiltelefonilt välja helistamiseks	1	2	3	4	5	6
431. …kõnede vastuvõtmiseks	1	2	3	4	5	6

432. Kas tänu mobiiltelefonile on Teie tavatelefoniga peetavate kõnede arv…

1 Vähenenud
2 Jäänud enamvähem samaks
3 Suurenenud
4 Pole tavatelefoni olnudki
5 Olen tavatelefonist loobunud

Mitu korda Te tavaliselt kuu jooksul kasutate mobiiltelefoni SMS-ideks?

	Mitte ühtegi korda	1-3 korda kuus	4-8 korda kuus	9-12 korda kuus	13-20 korda kuus	Üle 20 korra kuus
433. Teile saadetakse SMS-e	1	2	3	4	5	6
434. Te ise saadate SMS-e	1	2	3	4	5	6

435. Kui osta(ksi)te uue mobiiltelefoni, kas Te valiksite selle eeskätt …
Märkige kõik enda jaoks olulised omadused.

1, Tehniliste omaduste
2, Tootja firma
3, Välimuse
4, Hinna
5, Uusima mudeli
6, Reklaami
7, Suuruse, kaalu
8, Või mõne muu teguri põhjal. *Kirjutage, millise* _____

Kui sageli Te loete …

	Loen pidevalt	Küllaltki sageli, ehkki mitte päris pidevalt	Mõnikord, vahetevahel	Harva, väga juhuslikult	Ei loe üldse
436. Mõnd üle-Eestilist päevalehte	1	2	3	4	5
437. Mõnd nädalalehte	1	2	3	4	5
438. Kohalikku lehte	1	2	3	4	5
439. Mõnd ajakirja	1	2	3	4	5

Kui sageli Te jälgite järgmiseid raadio- ja televisioonikanaleid?

	Iga päev	Mitu korda nädalas	Mitu korda kuus	Kord kuus või harvemini	Ei jälgi üldse
440. Eestikeelne raadio	1	2	3	4	5
441. Eesti venekeelsed raadiokanalid	1	2	3	4	5
442. Venemaa raadiokanalid	1	2	3	4	5
443. Inglise, soome vm. võõrkeelne raadio	1	2	3	4	5
444. Eesti telekanalid	1	2	3	4	5
445. Venemaa telekanalid	1	2	3	4	5
446. Soome telekanalid	1	2	3	4	5
447. Ingliskeelsed telekanalid	1	2	3	4	5
448. Saksakeelsed telekanalid	1	2	3	4	5

Kui palju Teil kulub järgnevate meediakanalite kuulamise/vaatamise peale keskmiselt aega tööpäeval ja kui palju puhkepäeval?

	449. raadio kuulamine tööpäeval	450. raadio kuulamine puhkepäeval	451. televiisori vaatamine tööpäeval	452. televiisori vaatamine puhkepäeval
Kuni 15 min	1	1	1	1
16-30 min.	2	2	2	2
31-45 min.	3	3	3	3
46-60 min.	4	4	4	4
61-90 min	5	5	5	5
1,5-2 tundi	6	6	6	6
2-3 tundi	7	7	7	7
3-4 tundi	8	8	8	8
4-5 tundi	9	9	9	9
Üle 5 tunni	10	10	10	10
Ei vaata/kuula üldse	11	11	11	11

Nüüd jätkame sellega, mille kohta ja kuidas Te hangite informatsiooni.
Kui hästi Te olete informeeritud...

	Väga hästi	Pigem hästi	Ei tea, raske öelda	Pigem kehvasti	Väga kehvasti
453. ...oma kodukohas toimuvast	1	2	3	4	5
454. ...Eestis toimuvast	1	2	3	4	5
455. ...Maailmas toimuvast	1	2	3	4	5

Millised on Teile kõige olulisemad infoallikad eri paikade kohta info saamiseks?
Märkige igal real kolm Teie jaoks kõige olulisemat kanalit

	Omaenda muljed, isiklik kogemus	Lähedased tuttavad inimesed	Ametlikud või erialased allikad	Ajalehed, ajakirjad	Raadio	Televisioon	Internet
456. ...oma kodukohas toimuva kohta	1,	2,	3,	4,	5,	6,	7,
457. ...Eestis toimuva kohta	1,	2,	3,	4,	5,	6,	7,
458. ...ilmas toimuva kohta	1,	2,	3,	4,	5,	6,	7,

Tänapäeval on inimestele kättesaadavad väga erinevad võimalused oma teadmiste täiendamiseks, suhtlemiseks, meelelahutuseks.
Alljärgnevate küsimustega soovime teada, milliseid võimalusi Teie kasutate info ja teadmiste hankimiseks, meelelahutuseks, suhtluseks ja lõõgastuseks.

Kui olulised on teile järgnevad konkreetsed kanalid infoallikana, teadmiste hankimise vahendina ?

KANAL INFO, UUDISTE, TEADMISTE SAAMISEKS	väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
459. Teatmeteosed, raamatud	1	2	3
460. Õppused, loengud, konverentsid	1	2	3
461. Töölt, koolist saadav info	1	2	3
462. Eesti Televisioon (Aktuaalne Kaamera)	1	2	3
463. Kanal 2 (Uued Uudised)	1	2	3
464. TV3 (Seitsmesed Uudised)	1	2	3
465. Globaalsed uudiskanalid (CNN, EuroNews, jt.)	1	2	3
466. Venemaa telekanalid	1	2	3
467. Eesti Raadio (Vikerraadio, Raadio 2, Raadio 4) uudistesaated	1	2	3
468. KUKU- raadio	1	2	3
469. Muud Eesti raadiokanalid (Elmar, Sky jt.)	1	2	3
470. Päevalehed (Postimees, Eesti Päevaleht, Äripäev, SL Õhtuleht, Estonia, ME)	1	2	3
471. Nädalalehed (Eesti Ekspress, Maaleht, Sirp, Den za Dnjom)	1	2	3
473. Kohalik leht	1	2	3
475. Eesti ajakirjad	1	2	3
476. Venemaa ajalehed ja ajakirjad	1	2	3
477. Inglise- , saksa-, soome- vm. võõrkeelsed ajalehed-ajakirjad	1	2	3
478. Internet	1	2	3

479. Milliste valdkondade või milliste institutsioonide tegevust käsitleva informatsiooni vastu Te eelkõige huvi tunnete? *Tõmmake ring ümber kõigile neile, mis huvitavad.*

1, Oma valla, linna, maakonna info
2, Seadused, määrused, õigusalane info
3, President
4, Riigikogu
5, Valitsus, ministeeriumid, ametkonnad
6, Õiguskantsler, riigikontroll
7, Statistika, uurimuste andmed
8, Poliitikud, erakonnad
9, Uudised välismaalt
10, Uudised Eestist
11, Arvamused ja arutlused päevasündmustest
12, Korruptsioon, skandaalid
13, Majandus, äri, ettevõtlus
14, Tuntud isikud, suhted
15, Sotsiaalprobleemid
16, Seltskonnakroonika
17, Maaelu
18, Kool, haridus, õppimine
19, Tervis
20, Kuritegevus, politsei, kohtud
21, Kodu, pere, lapsed
22, Noorte elu
23, Teaduslikud avastused
24, Tehnika, tehnoloogia
25, Kunst, kirjandus, teater
26, Kirik, religioon
27, Mood
28, Huumor
29, Telesaated, filmid
30, Sport
31, Loodus
32, Tööpakkumised
33, Reisid, turism
34, Ost-müük
35, Ehitus, kinnisvara
36, Autod
37, Arvutid
38, Muu valdkond. *Kirjutage, milline* _____

480. Kumma väitega ajakirjanduse kohta Te nõustute?
A. Eesti ajakirjanduse tase käib alla, tema usaldusväärsus kahaneb
B. Eesti ajakirjanduse tase paraneb, tema usaldusväärsus tõuseb

1 Olen täiesti nõus A-ga
2 Olen pigem nõus A-ga
3 Raske öelda
4 Olen pigem nõus B-ga
5 Olen täiesti nõus B-ga

Nüüd meelelahutusest.
481. Millised tegevused ja meediakanalid on Teile eelkõige ajaviite pakkujad, so milliseid kanaleid eelistate kasutada, kui tahate meelt lahutada? *Tõmmake ring ümber kõigile neile, mis on Teile olulised.*

1, Ilukirjandus
2, Eesti telekanalid
3, Venemaa telekanalid
4, Globaalsed filmikanalid (Pro7, TCN, Hallmark jt.)
5, Populaarteaduslikud telekanalid (Discovery, Animal Planet, National Geographic)
6, Muusika kuulamine (raadiost, CD-lt vms.)
7, Raadio jutusaated, mängud
8, Ajalehed
9, Ajakirjad
10, Internet
11, Arvuti- ja videomängud
12, Klubid, peod, seltskond
13, Suhtlemine lähedaste inimestega
14, Reisid, matkad
15, Hobid, harrastused
16, Ostukeskustes, kauplustes käimine
17, Sportimine, treening
18, Lemmikloomaga tegelemine
19, Spordivõistlustel käimine
20, Teatris, kinos, kontserdil käimine
21, Reklaam

482. Kui Te tunnete vajadust ilu ja tasakaalu järele, otsite harmoonilist ja rahustavat keskkonda, kus Te seda leiate? *Tõmmake ring ümber kõigile neile tegevustele või kanalitele, mis on Teile olulised meeldivate elamuste saamisel.*

1, Looduses viibides
2, Ise midagi luues
3, Muusikat kuulates
4, Pilte vaadates
5, Televiisorit vaadates
6, Kinos, teatris, näitustel käies
7, Raamatut lugedes
8, Internetis surfates
9, Arvuti- või videomänge mängides
10, Oma kodu korrastades, kaunistades
11, Kirikus, usus
12, Lähedaste inimestega koos viibides
13, Klubis, seltskonnas viibides
14, Reisides, uusi paiku vaadates
15, Ringi uidates, maastikke ja ehitusi vaadates
16, Reklaame jälgides
17, Tantsides, sportides
18, Loomi, linde jälgides
19, Muul viisil. *Kirjutage, millisel* _____

483. Kumma väitega Te nõustute?
A. Mul on välja kujunenud oma kindlad kanalid ja programmid, mida eelistan
B. Tänapäeval on meediakanalite poolt pakutav valik nii suur, et raske on mõnda kindlat eelistada

1 Olen täiesti nõus A-ga
2 Olen pigem nõus A-ga
3 Raske öelda
4 Olen pigem nõus B-ga
5 Olen täiesti nõus B-ga

Sageli inimesed kuulavad raadiot, vaatavad televiisorit jne., tehes samal ajal veel midagi muud. Kuivõrd sageli Te muu tegevuse (nt söömine, käsitöö, õppimine, töö jne) kõrval kuulate raadiot, vaatate televiisorit?

	Sageli	Mõnikord	Mitte kunagi	Ei tegele sellega
484. kuulan raadiot	1	2	3	4
485. vaatan televiisorit	1	2	3	4

ARVUTI JA INTERNET

486. Kas Te kasutate arvutit?

1 Jah
2 Ei ⇨*Jätkake küsimusega 500.*

487. Millal Te hakkasite arvutit kasutama?

1 Sellel aastal
2 Eelmisel aastal
3 Paar-kolm aastat tagasi
4 Neli-viis aastat tagasi
5 Kuus-seitse aastat tagasi
6 Kaheksa kuni kümme aastat tagasi
7 Rohkem kui kümme aastat tagasi

Kui tihti te kasutate arvutit ...

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Kord kuus või paaris kuus	Kord-paar aastas	Üldse mitte
488. ..tööl või koolis	1	2	3	4	5	6
489. ...kodus	1	2	3	4	5	6
490. ..avalikus Internetipunktis	1	2	3	4	5	6
491. ..sõprade või sugulaste juures	1	2	3	4	5	6

Järgmine küsimus on neile, kes ei kasuta kodus arvutit.

492. Kui Te ei kasuta kodus arvutit, siis mis on selle põhjus? *Märkige kõik olulised põhjused.*

1, Mul ei ole kodus arvutit, see on katki
2, Ligipääs arvutile on mujal (tööl, koolis vms) olemas
3, Ei ole vajadust ega huvi
4, Ei ole aega seda kasutada
5, Liiga kallis
6, On liiga keeruline kasutada
7, Arvuti on kahjulik (tervisele, lastele, tekitab sõltuvust jms)
8, Muu põhjus. *Kirjutage, palun*_____

493. Kas Te kasutate internetti?

1 Jah
2 Ei ⇨ *Jätkake küsimusega* 499.

494. Millal Te hakkasite Internetti kasutama?

1 Sellel aastal
2 Eelmisel aastal
3 Paar-kolm aastat tagasi
4 Neli-viis aastat tagasi
5 Varem kui viis aastat tagasi

Kui tihti Te kasutate Internetti ...

	Praktiliselt iga päev	Paar korda nädalas	Mõni kord kuus	Kord kuus või paaris kuus	Kord-paar aastas	Üldse mitte
495. Tööl või koolis	1	2	3	4	5	6
496. Kodus	1	2	3	4	5	6
497. Avalikus Internetipunktis	1	2	3	4	5	6
498. Sõprade või sugulaste juures	1	2	3	4	5	6

Järgmine küsimus on neile, kes ei kasuta kodus internetti.

499. Mis on selle põhjused, et Te ei kasuta kodus Internetti? *Märkige kõik sobivad variandid.*

1, Kodus ei ole arvutit või internetiühendust
2, Pole vajadust ega huvi
3, Ei oska
4, Liiga kallis
5, Ei ole aega
6, Seal on vähe asjalikku materjali
7, Sõbrad, tuttavad ei kasuta
8, On ebaturvaline (viirused, isikuandmed levivad)
9, Internet on kahjulik (tervisele, lastele)
10, Muul põhjusel. *Kirjutage, milline* _____

Järgmised küsimused on mõeldud kõigile.

Arvutite ja Interneti ilmumisega igapäevaellu on kaasnenud ka arvamuste paljusus nende suhtes. Järgnevalt esitame teile mõned arvamused ja väited, mis arvutite ja Internetiga seoses on esitatud.Kuivõrd Teie järgnevate väidetega nõustute?

	Nõustun täielikult	Pigem nõustun	Pigem ei nõustu	Üldse ei nõustu	Ei tea, arvamus puudub
500. Arvutite ja Interneti sage kasutamine on tervisele kahjulik	1	2	3	4	5
501. Lapsed saavad Internetist neile sobimatut informatsiooni	1	2	3	4	5
502. Internet soodustab töö- ja õpiaja tarbetut raiskamist	1	2	3	4	5
503. Tänu Internetile saavad tööandjad ja valitsus rohkem kontrollida ja jälgida tavalisi inimesi	1	2	3	4	5
504. Inimesed peaksid saama oma arvamust Internetis vabalt väljendada ka siis, kui see on vaenulik või ründav teistsuguste vaadetega inimeste või vähemuste suhtes	1	2	3	4	5
505. Anonüümsus Internetis vallandab inimeste halvimad tungid	1	2	3	4	5
506. Inimesed, kes kasutavad arvutivõrku või Internetti, peaksid olema mures oma isikuandmete turvalisuse pärast	1	2	3	4	5
507. Maailm on muutumas arvutitest ohtlikult sõltuvaks	1	2	3	4	5
508. Tänu Internetile saab tavaline kodanik rohkem mõjutada valitsust ja poliitikuid	1	2	3	4	5
509. On hea, et Internetis tegutsedes on inimesel võimalik anonüümseks jääda	1	2	3	4	5
510. Interneti tõttu võõranduvad inimesed üksteisest	1	2	3	4	5
511. Arvutite ja Interneti kasutamine hirmutab mind	1	2	3	4	5

	Nõustun täielikult	Pigem nõustun	Pigem ei nõustu	Üldse ei nõustu	Ei tea, arvamus puudub
512. Kõigile lastele tuleb võimalikult varakult õpetada arvutite ja Interneti kasutamist	1	2	3	4	5
513. Inimesed, kellel puudub juurdepääs Internetile, on kõigis eluvaldkondades ebasoodsamas olukorras	1	2	3	4	5

Kui olulised on inimeste arvamuse väljendamiseks Teie meelest järgmised kanalid?

	väga oluline				üldse mitte oluline	ei oska öelda
514. Lugejakirjad toimetustele	5	4	3	2	1	6
515. Foorumid ja küsitlused Internetis	5	4	3	2	1	6
516. Avaliku arvamuse uuringud	5	4	3	2	1	6
517. Telesaates esinemine	5	4	3	2	1	6
518. Telesaatesse helistamine	5	4	3	2	1	6
519. Raadios esinemine	5	4	3	2	1	6
520. Raadiosaatesse helistamine	5	4	3	2	1	6
521. Meililistid	5	4	3	2	1	6
522. Kommentaarid ja vastukajad portaalides, *on-line* väljaannetes	5	4	3	2	1	6

Kui olulised on Teile teiste inimestega suhtlemisel järgmised kanalid:

	väga oluline				üldse mitte oluline	ei kasuta
523. Isiklik vahetu suhtlemine	5	4	3	2	1	6
524. Lauatelefon	5	4	3	2	1	6
525. Mobiiltelefoniga helistamine	5	4	3	2	1	6
526. Mobiiliga SMS sõnumite vahetamine	5	4	3	2	1	6
527. Kirjad ja postkaardid	5	4	3	2	1	6
528. E-mail	5	4	3	2	1	6
529. Kiirteadete vahetus (ICQ, AOL, MSN)	5	4	3	2	1	6
530. Jututoad	5	4	3	2	1	6

531. Kuidas Teile tundub, kas uued tehnoloogiad, nagu näiteks Internet või mobiiltelefonid, teevad maailma ...

1 paremaks
2 halvemaks
3 ei halvemaks ega paremaks
4 osalt paremaks, kohati halvemaks.

NB! JÄRGMISTELE KÜSIMUSTELE (532. - 592.) VASTAVAD AINULT NEED, KES KASUTAVAD ARVUTIT. KUI TE EI OLE ARVUTIKASUTAJA, JÄTKAKE KÜSIMUSEGA 593.

532. Milliseks hindate oma arvutikasutusoskusi?

1 Väga hea
2 Hea
3 Rahuldav
4 Vähene
5 Ei oska peaaegu üldse

Kui sageli Te kasutate arvutit järgmisteks tegevusteks:

	Pidevalt, sageli	Vahete-vahel	Väga harva	Üldse mitte
533. Tekstitöötlus	4	3	2	1
534. Tabelite koostamine	4	3	2	1
535. Pildi/fototöötlus	4	3	2	1
536. Info otsimine	4	3	2	1
537. Ajalehtede, ajakirjade lugemine	4	3	2	1
538. Filmide vaatamine, muusika kuulamine	4	3	2	1
539. Programmeerimine	4	3	2	1
540. Koduleheküljegede tegemine	4	3	2	1
541. Küljendamine, kujundamine	4	3	2	1
542. Strateegiamängude mängimine	4	3	2	1
543. Rolli- ja fantaasiamängude mängimine	4	3	2	1
544. Male, kabe, bridzi jms. mängimine	4	3	2	1
545. Muude mängude mängimine	4	3	2	1
546. E-mailide saatmine	4	3	2	1
547. Midagi muud. *Kirjutage, mis* _____	4	3	2	1

Kuivõrd oskate järgnevaid arvutiga seotud tegevusi?

	Valdan vabalt	Saan kuidagi hakkama	Ei oska, tahan õppida	Ei oska, ei ole vaja
548. Failide kopeerimine, muutmine	4	3	2	1
549. Viirusetõrje	4	3	2	1
550. Programmide installeerimine	4	3	2	1
551. Esitluse ettevalmistamine (nt. Powerpointi kasutamine)	4	3	2	1
552. Internetist info leidmine	4	3	2	1
553. Muusika, filmide, tarkvara allalaadimine	4	3	2	1
554. Koduleheküljе tegemine ja selle üles panemine	4	3	2	1
555. Oma võrguühenduse konfigureerimine	4	3	2	1

Kui palju aega kulub Teil keskmiselt Interneti kasutamisele tööpäeval?
Kui palju aega kulub Teil keskmiselt Interneti kasutamisele puhkepäeval?

	556. tööpäeval	557. puhkepäeval
Üldse mitte	1	1
Kuni 15 min	2	2
16-30 min	3	3
31-45 min.	4	4
46-60 min	5	5
61-90 min	6	6
1,5-2 tundi	7	7
2-3 tundi	8	8
3-4 tundi	9	9
4-5 tundi	10	10
Üle 5 tunni	11	11

558. Kas teil on oma isiklik veebileht?

1 Jah
2 Ei

Kui sageli kasutate Internetti järgmistel eesmärkidel:

	Sageli, pidevalt	Vahetevahel	Üldse mitte
559. Otsingumootorid	1	2	3
560. Foorumid, uudisrühmad	1	2	3
561. Portaalidest kommentaaride lugemine	1	2	3
562. Kommentaaride kirjutamine	1	2	3
563. Jututoad	1	2	3
564. ICQ – *Instant messenger* e. kiirteadete vahetus	1	2	3
565. Online mängude mängimine	1	2	3
566. Ostud ja oksjonid	1	2	3
567. Pangatehingud, pangainfo	1	2	3
568. Tuludeklaratsioonide jm. ametlike taotluste esitamine	1	2	3
569. Töö otsimine	1	2	3
570. Eluaseme otsimine (maja, korter)	1	2	3
571. Reisiinfo	1	2	3
572. Õigusalane info	1	2	3
573. Erialane info	1	2	3
574. Õppimisega seotud info	1	2	3
575. Majandus- ja finantsinfo	1	2	3
576. Poliitiline info	1	2	3
577. Tervise, peresuhete, laste kasvatamisega seotud info	1	2	3
578. Kohtamis- ja tutvumisteenused	1	2	3
579. Meililistides osalemine	1	2	3
580. Jututubades, foorumites osalemine	1	2	3
581. Erootika	1	2	3
582. Muu. *Krjutage, milline* _____	1	2	3

Ik 37

583. Milliseid Internetiportaale Te kasutate, jälgite? *Märkige kõik, mida kasutate.*

1, Delfi
3, Hot
4, Everyday
6, Jippi
7, Uno
8, OK
9, TOM (Täna Otsustan Mina)
10, Postimees Online
11, Eesti Päevaleht Online
12, BNS Online
13, ETA Online
14, Mõni muu. *Kirjutage, milline*
_____
15, Mitte ühtki

584. Kas olete Interneti vahendusel tutvunud uute inimestega?

1 Jah
2 Ei

Kui jah, siis:
585. Kas olete nende inimestega ka vahetult kokku saanud?

1 Jah
2 Ei

Milliseid keeli te kasutate järgmiste Interneti ja arvutitega seotud tegevuste puhul
Märkige kõik.

	586. Arvuti enda menüüde, juhiste lugemine	587. Internetis info otsimine ja teenuste kasutamine	588. E-post, suhtlemine foorumites, jututubades
Eesti keel	1,	1,	1,
Vene keel	2,	2,	2,
Inglise keel	3,	3,	3,
Saksa keel	4,	4,	4,
Muu keel. *Kirjutage, milline* _____	5,	5,	5,

589. Kuivõrd nõustute järgnevate väidetega:
A. Mind häirib, et arvutiga tuleb suhelda inglise keeles. Eelistaksin, et arvuti menüüd ja programmid oleksid emakeelsed
B. Mind ei häiri ingliskeelsed menüüd ja programmid, ma ei pea arvutiga suhtlemisel keelt oluliseks

1 Olen täiesti nõus A-ga
2 Olen pigem nõus A-ga
3 Raske öelda
4 Olen pigem nõus B-ga
5 Olen täiesti nõus B-ga

590. Kas Te olete e-maili teel teinud info/teabepäringuid, küsinud konsultatsiooni (nt. laenud, kinnisvara, pensionifond, kodaniku infopäring) asutustelt, institutsioonidelt?

1 Jah
2 Ei

Ik 38

591. Kas Te olete saatnud e-kirju ametiasutustele, poliitikutele?

1 Jah
2 Ei

592. Kas Te olete saatnud e-kirju mõnda tele- või raadiosaadetesse?

1 Jah
2 Ei

Põhiosa küsimustikust on nüüd vastatud. On jäänud veel küsimused Teie enda ja teie majapidamise kohta, mis on vajalikud selleks, et saaksime Teie vastuseid vaadelda koos teiste vastajate omadega, kes Teile sarnanevad oma soo, vanuse, hariduse, elukoha, majandusliku seisundi ning mõnede muude statistiliselt oluliste tunnuste poolest.

JÄRGMISTELE KÜSIMUSTELE VASTAVAD KÕIK !

593. Teie sugu

1 Mees
2 Naine

594. Kui vana Te olete? _____ aastat.

Märkige täisaastad.

595. Teie kodakondsus

1 Eesti
2 Vene
3 Muu. *Kirjutage, milline* _____
4 Kodakondsuseta

596. Milline on Teie perekonnaseis?

1 Üksik (pole olnud abielus)
2 Ametlikus abielus
3 Vabaabielus (elan koos partneriga)
4 Lahutatud / Elan lahus
5 Lesk

597. Mitu inimest elab Teiega koos ühes leibkonnas, Teie kaasa arvatud?
Kirjutage inimeste arv _____

598. Kas Teie peres on koos Teiega elavaid alla 18-aastaseid lapsi?

1 Jah
2 Ei

599. Alla 18-aastaste laste arv _____

600. Kuidas hindate oma tervist?

1 Olen täiesti terve
2 Olen üldiselt terve
3 On mõningaid hädasid, aga saan hakkama
4 Tervis ei ole eriti hea, ei võimalda teha kõike, mida tahaksin
5 Tervis on üldiselt kehv, nõuab pidevat hoolt
6 Tervis on väga halb

ELUKOHT, ELUASE

601. Kas Te peate ennast rohkem maa-või linnainimeseks?

1 Põline linlane
2 Pigem linlane
3 Raske öelda, mõlemat
4 Pigem maainimene
5 Põline maainimene

602. Kus te praegu elate? *Põhielukoha võib määratleda mitme variandiga*

1, Tallinnas
2, Tallinna lähistel
3, Tartus
4, Tartu lähistel
5, Pärnus
6, Pärnu lähistel
7, Narvas
8, Kohtla-Järvel, Jõhvis
9, Sillamäel
10, Viljandis
11, Mõnes teises maakonnalinnas
12, Mõnes teises linnas, alevis
13, Maa-asulas, alevikus
14, Külas
15, Omaette üksikus talus

603. Kas Te olete Eestis sündinud?

1 Jah
2 Ei

604. Kus möödus teie lapsepõlv?

1 Eestis
2 Osaliselt Eestis
3 Väljaspool Eestit. *Kirjutage, kus*_____

Küsimus neile, kes <u>ei ole</u> sündinud ja kasvanud Eestis:

605. Kui kaua olete Eestis elanud?

1 Kuni 5 aastat
2 6-10
3 11-15
4 16-25
5 26-40
6 üle 40 aasta

606. Mitu aastat olete kooliharidust saanud, koolides õppinud? _____ aastat

607. Milline on Teie praegune haridustase?

1 Algharidus
2 Põhiharidus
3 Kutseharidus (ilma keskhariduseta)
4 Üldkeskharidus (keskkool, gümnaasium)
5 Kutsekeskharidus
6 Kutsekeskharidus (tehnikum, kutseõppeasutus <u>pärast</u> keskkooli lõpetamist)
7 Rakenduslik kõrgharidus, rakenduskõrgkool
8 Kõrgharidus (ülikool, instituut)
9 Teaduskraad
10 Muu haridus. *Kirjutage, milline*_____

Küsimus neile, kellel on kutse-, keskeri- või kõrgharidus või kes seda omandavad:
608. Milline on Teie hariduse suund?

1 Tehniline
2 Põllumajanduslik
3 Majandus, õigus
4 Loodusteaduslik
5 Matemaatika, informaatika
6 Humanitaar, kunst
7 Sotsiaal
8 Pedagoogiline
9 Meditsiin
10 Muu. *Kirjutage, milline* _____

609. Kas olete viimase kümne aasta jooksul osalenud täienduskoolitusel, kursustel, ümberõppes, kaugõppes, päevases või õhtuses õppes?

1 Jah
2 Ei

Kui jah, siis:
610. Kui kaua see koolitus on kokku kestnud?

1 Vähem kui nädal
2 Nädal, paar
3 Mitu nädalat
4 3-6 kuud
5 7-12 kuud
6 Rohkem kui aasta

611. Kas olete end täiendanud välismaal?

1 Jah
2 Ei

612. Millega on(oli) peamiselt seotud Teie asutuse, ettevõtte tegevusala? *Võite märkida mitu vastust.*

1, Põllu- ja metsamajandus, jahindus, kalandus
2, Tööstus, energeetika
3, Ehitus
4, Hulgi- ja jaekaubandus
5, toitlustamine ja majutus
6, Transport, laomajandus, post
7, Telekommunikatsioon
8, Pangandus, kindlustus
9, Kinnisvara-, üürimis ja äriteenindus
10, Kirjastamine, trükkimine
11, Meedia
12, Arvutid, informatsioon
13, Avalik haldus, riigiteenistus
14, Haridus, teadus
15, Sotsiaalhooldus, tervishoid
16, Kultuur, meelelahutus, sport
17, Muu. *Kirjutage, milline* _____

613. Kas töö, mida Te teete, on füüsilise või vaimse iseloomuga?

1 Ainult füüsiline
2 Põhiliselt füüsiline
3 Võrdselt nii vaimne kui füüsiline
4 Põhiliselt vaimne
5 Ainult vaimne

Kes Te olete praegu?
Kes Te olite kümme aastat tagasi (1992)? *Märkige põhiline tegevus, vajadusel mitu.*

	614. Praegu	615. Kümme aasta eest
Ettevõtja	1,	1,
Talunik	2,	2,
Vabakutseline, FIE	3,	3,
Ettevõtte, asutuse tippjuht, põhitegevuse või ala juht	4,	4,
Tippspetsialist	5,	5,
Keskastme spetsialist või abispetsialist	6,	6,
Kontoriametnik	7,	7,
Isiku- või klienditeenindaja	8,	8,
Oskustööline	9,	9,
Seadme- või masinoperaator, mootorsõiduki juht	10,	10,
Lihttööline	11,	11,
Muu palgatöötaja. *Kirjutage, kes* _____	12,	12,
Õpilane, üliõpilane	13,	13,
Kodune	14,	14,
Töötu	15,	15,
Pensionär	16,	16,
Muu. *Kirjutage, kes* _____	17,	17,

SISSETULEK, MATERIAALNE OLUKORD

Kuivõrd on saanud Teie pere viimase aasta jooksul sissetulekuid järgmistest allikatest:

	Põhiliselt	Olulisel määral	Väheolulisel määral	Üldse mitte
616. Palk põhitöölt	1	2	3	4
617. Muu töötasu ja teenistus	1	2	3	4
618. Omanikutulu, omavalmistatud toodete, omandi rendist, müügist saadud tulu	1	2	3	4
619. Sotsiaaltoetused, pensionid, stipendiumid	1	2	3	4
620. Pereliikmetelt, sugulastelt saadud toetus	1	2	3	4
621. Muud tulud	1	2	3	4

Raha kulub erinevatele asjadele, ja kunagi ei ole teda küllalt. Kuivõrd Teil, teie perel jätkub raha järgmisteks väljaminekuteks?

	Üldiselt jätkub	Mõnikord jätkub, mõnikord mitte	Ei jätku, oleme pidanud sellest loobuma	Ei vaja seda, ei kuluta sellele
622. Korralikuks toitumiseks	1	2	3	4
623. Riiete ostmiseks	1	2	3	4
624. Rohtudeks, tervise eest hoolitsemiseks	1	2	3	4
625. Oma välimuse eest hoolitsemiseks (juuksur, kosmeetika, jõusaal vms.)	1	2	3	4
626. Eluaseme kuludeks (küte, vesi jne)	1	2	3	4
627. Korteri meelepäraseks sisustamiseks	1	2	3	4
628. Remondiks	1	2	3	4
629. Ajakirjanduse tellimiseks	1	2	3	4
630. Sportimiseks	1	2	3	4
631. Reisimiseks	1	2	3	4
632. Meelelahutuseks, harrastusteks	1	2	3	4
633. Uue olmetehnika muretsemiseks (TV, külmkapp, mikrolaineahi jne)	1	2	3	4
634. Lähisugulaste toetamiseks	1	2	3	4
635. Külaliste kutsumiseks, kingituste tegemiseks	1	2	3	4
636. Laste koolitamiseks	1	2	3	4
637. Laste harrastusteks	1	2	3	4
638. Õppimiseks, enesetäiendamiseks	1	2	3	4
639. Kohvikus, restoranis käimiseks	1	2	3	4
640. Raamatute ostmiseks	1	2	3	4
641. Teatris, kontseril käimiseks	1	2	3	4
642. Auto ostmiseks, uuendamiseks	1	2	3	4
643. Auto hooldamiseks, sõitmiseks	1	2	3	4
644. Arvuti ostmiseks, hooldamiseks, täiustamiseks	1	2	3	4

645. Milline on viimasel ajal olnud Teie pere keskmine sissetulek ühe pereliikme kohta kuus? *Liitke kokku kõigi pereliikmete palgad, stipendiumid, toetused, pensionid, muud sissetulekud ja jagage summa pärast maksude mahaarvamist pere liikmete arvuga.*

1 Kuni 500 krooni pere liikme kohta
2 5001-1000
3 1001-1500
4 1501-2000
5 2001-2500
6 2501-3000
7 3001-4000
8 4001-5000
9 5001-6000
10 6001-8000
11 8001-10000
12 Üle 10000 krooni pere liikme kohta

646. Kas olete mõne ettevõtte omanik (sh. aktsionär, osanik) ?

1 Jah
2 Ei

Kui olete ettevõtte omanik või aktsionär, siis millises ettevõttes ja kui suure osalusega? *Märkige kõik Teile sobivad variandid.*

	Väikeettevõte	Keskmise suurusega ettevõte	Suurettevõte
647. Väikeaktsionär (-osanik)	1,	2,	3,
648. Suurosanik, täisomanik	1,	2,	3,

649. Millises majas Te elate, kas see on ...

1 Ühepereelamu
2 Kaksik-või ridaelamu
3 2-3 korruseline kortermaja
4 4-5 korruseline kortermaja
5 6-või enama korruseline kortermaja

650. Kellele kuulub Teie eluase (korter, maja)?

1 Olen ise omanik või omaniku pere liige
2 Üürin omanikult (peremehelt)
3 Üürin linnalt, riigilt, asutuselt
4 Elan sugulaste, tuttavate juures

651. Kas Teie või Teie lähedased on omandireformi tõttu pidanud vahetama elukohta, muutunud sundüürnikuks?

1 Jah
2 Ei

652. Kas Teie või Teie lähedased on omandireformi käigus saanud tagasi kinnisvara, maad või kompensatsiooni selle eest?

1 Jah
2 Ei

653. Kas Teie või Teie pere omanduses on järgmist kinnisvara? *Märkige kõik sobivad variandid.*

1, Korter
2, Maja, majaosa, ridaelamu boks
3, Suvekoduna kasutatav maamaja, suvila
4, Talu
5, Muu maavaldus
6, Muu kinnisvara
7, Ei ole midagi

Küsimus neile, kelle omanduses on maja või majaosa, ridaelamu boks

654. Mis aastal Teie maja on ehitatud? *Kui täpset aastat ei tea, siis märkige ligikaudne*

_____ **aastal**

655. Mis aastal on Teie maja põhjalikult remonditud/ümber ehitatud?

_____ **aastal**

99 ei ole põhjalikult remonditud/ümber ehitatud

656. Kas Teie perel on auto(d)?

1 Jah
2 Ei

Kui jah, siis :
Milline on Teie auto(de) mark ja väljalaskeaasta?

	Mark		Selle väljalaskeaasta
657.		**658.**	
659.		**660.**	
661.		**662.**	
663.		**664.**	
665.		**666.**	

Ongi kõik vastatud!

Kui Teil on omapoolseid täiendusi või arvamusi mõne ankeedis sisaldunud küsimuse kohta või käesoleva küsimustiku kohta tervikuna, siis palun kirjutage need siia:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Suur aitäh nähtud vaeva eest!

Järgmised küsimused on küsitlejale täitmiseks:

667. Küsitluse toimumise koht:

1 Tallinn
2 Harjumaa
3 Hiiumaa
4 Ida-Virumaa
5 Jõgevamaa
6 Järvamaa
7 Läänemaa
8 Lääne-Virumaa
9 Põlvamaa
10 Pärnumaa
11 Raplamaa
12 Saaremaa
13 Tartumaa
14 Valgamaa
15 Viljandimaa
16 Võrumaa

668. Asulatüüp:

1 Pealinn
2 Suur linn
3 Maakonnakeskus
4 Muu linn, alev
5 Alevik
6 Küla

669. Valimipiirkonna number: _____

670. Intervjuu läbiviimise kuupäev

_____

671. Küsitleja tunnistuse number

_____

Uuringukeskuses täitmiseks:

672. Sisestaja number _____

673. Vastuvõtja/kodeerija number_____

674. Ankeedi keel:

1 eesti

Ankeedi number_____

Valimipunkti number _____

Vastaja number _____

675. Intervjuu alguse kellaaeg _____

Ankeedi MINA, MAAILM, MEEDIA suulise intervjuu küsimused

MUUTUSED

Loen Teile ette rea olulisi sündmusi inimeste elus. Kui Teie peres on vastav sündmus kaardil toodud ajavahemikel aset leidnud, siis nimetage, palun, periood või selle sündmuse korduval esinemisel perioodid kaardilt.

Kas Teie peres on kaardil toodud ajavahemikel aset leidnud ....*Esitage KAART 1.*

	1987-1992	1993-1998	1999-2002	Vist küll, ei mäleta aega	Ei ole
676. Korteri, maja, suvekodu ostmine	1	2	3	4	5
677. Äriprojekti alustamine	1	2	3	4	5
678. Enda või pereliikme töötuks jäämine	1	2	3	4	5
679. Uus kodu, elukoha vahetus samas linnas, maakohas	1	2	3	4	5
680. Maa erastamine (ost, tagastamine)	1	2	3	4	5
681. Elama asumine teise linna, maakohta	1	2	3	4	5
682. Teie või mõne pereliikme elama, tööle, õppima asumine teise riiki	1	2	3	4	5
683. Kodu remont, sisustuse väljavahetamine	1	2	3	4	5
684. Auto ostmine	1	2	3	4	5
685. Koduarvuti muretsemine	1	2	3	4	5
686. Abiellumine, kooselu alustamine	1	2	3	4	5
687. Laste sünd	1	2	3	4	5
688. Lahutus, kooselu lõpetamine	1	2	3	4	5
689. Lähedase inimese surm	1	2	3	4	5
690. Teie või pereliikme õpingute alustamine või lõpetamine	1	2	3	4	5
691. Eriala, elukutse, töökoha muutus	1	2	3	4	5

AJAKIRJANDUSE JÄLGIMINE

Neile, kes loevad ajakirjanduslikke väljaandeid (Kui küsimustest 436. kuni 439. põhiankeedist vähemalt ühele on vastatud 1, 2 või 3).

692. Milliseid kaardil toodud ajalehti-ajakirju Te loete/ olete lugenud? Nimetage, palun, kaardil toodud numbrid. *Esitage KAART 2.*
Märkige tabeli esimesse lahtrisse need väljaanded/väljaannete grupid mida vastaja loeb.
Kui sageli Te loete *...(Intervjueerija nimetab ükshaaval iga väljaande; mida vastaja on lugenud)? Esitage KAART 3.*
Kas Te loete seda väljaannet ainult (põhiliselt) paberil, põhiliselt võrguversioonis (elektroonilise väljaandena) või võrdselt mõlemat?
Esitage KAART 4.

Väljaanne	692. loeb/ on lugenud	Lugemise järjekindlus				Loeb paberit või võrgust			
		Järjekindlalt iga numbrit	Pigem-vält, ehkki mitte iga numbrit	Juhuslikult, vahetevahel	Väga harva		Põhiliselt paberil	Põhiliselt võrgust	Võrdselt mõlemat
	1.	1	2	3	4	**694.**	1	2	3
693. Postimees	2,	1	2	3	4	**696.**	1	2	3
695. Eesti Päevaleht	3,	1	2	3	4	**698.**	1	2	3
697. SL Õhtuleht	4,	1	2	3	4	**700.**	1	2	3
699. Äripäev	5,	1	2	3	4	**702.**	1	2	3
701. Estonia	6,	1	2	3	4	**704.**	1	2	3
703. Molodjozh Estonii (ME)	7,	1	2	3	4	**706.**	1	2	3
705. Eesti Ekspress	8,	1	2	3	4	**708.**	1	2	3
707. Maaleht	9,	1	2	3	4	**710.**	1	2	3
709. Sirp	10,	1	2	3	4	**712.**	1	2	3
711. Den za Dnjom	11,	1	2	3	4	**714.**	1	2	3
713. Kohalik leht									
717. Eesti populaarteaduslikud ajakirjad, näit. *Eesti Loodus, Horisont, Loodus*	12,	1	2	3	4	**718.**	1	2	3
719. Eesti kultuuriajakirjad näit. *Akadeemia Looming, Vikerkaar*	13,	1	2	3	4	**720.**	1	2	3

Väljaanne	692. loeb/ on lugenud	Lugemise järjekindlus: Järjekindlalt iga numbrit	Lugemise järjekindlus: Pideverit, ehkki mitte iga numbrit	Lugemise järjekindlus: Juhuslikult, vahetevahel	Lugemise järjekindlus: Väga harva	Loeb paberilt või võrgust:	Loeb paberilt või võrgust: Põhiliselt paberil	Loeb paberilt või võrgust: Põhiliselt võrgust	Loeb paberilt või võrgust: Võrdselt mõlemat
721. Eesti majandusajakirjad, näit. *Äripäev, Saldo, Director, Maksumaksja*	14,	1	2	3	4	**722.**	1	2	3
723. Eesti huvialaajakirjad näit. *Tehnikamaailm, Arvutimaailm, Sporditäht, Kalastaja*	15,	1	2	3	4	**724.**	1	2	3
725. Eesti pere, kodu- ja elustiiliajakirjad, sh *Pere ja Kodu, Elukiri, Kodukolle, Stiil, Maakodu, Kodu ja Aed, Kodukiri, Diivan, Kodumaja*	16,	1	2	3	4	**726.**	1	2	3
727. Eesti naisteajakirjad, näit. *Eesti Naine, Anna, Anne, Jana, Stiina*	17,	1	2	3	4	**728.**	1	2	3
729. Eesti terviseajakirjad, näit, *Kodutohter, Tervis*	18,	1	2	3	4	**730.**	1	2	3
731. Eesti seltskonnaajakirjad, näit. *Kroonika, Saladused*	19,	1	2	3	4	**732.**	1	2	3
733. Salapärastele nähtustele pühendatud ajakirjad, näit. *Päikesetuul, Avanemine, Paradoks, Kolmas Silm*	20,	1	2	3	4	**734.**	1	2	3
735. Erootilise sisuga ajakirjad, näit. *Maaja*	21,	1	2	3	4	**736.**	1	2	3
737. Ristsõnaajakirjad, näit. *Kumake, Superkuma, Suured Ruudud*	22,	1	2	3	4	**738.**	1	2	3
739. Oma erialaga seotud Eesti ajakirjad, näit. *Eesti Arst, Haridus*	23,	1	2	3	4	**740.**	1	2	3
741. Oma eriala või huvialadega seotud välismaised ajakirjad	24,	1	2	3	4	**742.**	1	2	3
745. Välismaised infoajakirjad, näit. TIME, Newsweek	25,	1	2	3	4	**746.**	1	2	3

KIRJANDUSHUVI

Neile, kes vähemalt vahete-vahel ilukirjandust loevad (Küsimusele 311. on vastatud kas 1 või 2)

747. Millliseid kaardil toodud kaasaegseid eesti kirjanikke Te teate või olete neist kuulnud? *Esitage KAART 5*

748. Milliste kirjanike teoseid olete lugenud?

749. Millised kirjanikud Teile meeldivad?

	747. Tean, olen kuulnud	748. Olen lugenud	749. Meeldivad
Mihkel Mutt	1,	1,	1,
Kadri Kõusaar	2,	2,	2,
Olev Remsu	3,	3,	3,
Jüri Saarman	4,	4,	4,
Aita Kivi	5,	5,	5,
Mehis Heinsaar	6,	6,	6,
Mats Traat	7,	7,	7,
Mati Unt	8,	8,	8,
Aino Pervik	9,	9,	9,
Albert Uustulnd	10,	10,	10,
Hasso Krull	11,	11,	11,
Tõnu Kaurson	12,	12,	12,
Viivi Luik	13,	13,	13,
Jaan Kross	14,	14,	14,
Jüri Ehlvest	15,	15,	15,
Ene Mihkelson	16,	16,	16,
Kerttu Rakke	17,	17,	17,
Andrus Kivirähk	18,	18,	18,
Jaan Kaplinski	19,	19,	19,
Doris Kareva	20,	20,	20,
Tõnu Õnnepalu	21,	21,	21,
Ainar Mäeltsemees	22,	22,	22,
Kauksi Ülle	23,	23,	23,
Raimond Kaugver	24,	24,	24,
Kaur Kender	25,	25,	25,
Hando Runnel	26,	26,	26,
Peeter Urm	27,	27,	27,

KUULUVUSTUNNE, IDENTITEET

Kui võõrad inimesed küsivad "Kes Te olete", siis vastatakse sageli, lähtudes oma keelest, rahvuslikust või piirkondlikust kuuluvustundest, kodakondsusest jne. Alljärgnevalt on toodud mõned võimalikud enesemääratlused, mida inimesed Eestis enda kohta võiksid kasutada.

Andke küsitletavale kaardid.

Palun valige välja need kaardid, millel toodud gruppidega Te ennast ei samasta.

Märkige väljavalitud kaardid veergu "Üldse mitte".

Nüüd jaotage palun allesjäänud kaardid kahte gruppi, ühte need, kellena end kindlasti tunnete ja teise need, kellena end osaliselt, mõnikord, tunnete.
Märkige esimese grupi kaardid veergu "Kindlasti", teise grupi kaardid veergu "Mõnikord, osaliselt".

15-aastase aja kohta vastavad ainult 30 –aastased ja vanemad isikud

Kuna selle uurimuse üks põhieesmärke on mõista inimestega toimunud muutusi, mis on toimunud Nõukogude Liidu lagunemisest ja Eesti taasiseseisvumisest saadik, palume Teil vastates meenutada, kuidas Te tavatsesite end tunda, iseloomustada 15 aastat tagasi, ENSV ajal.

Palun valige välja need kaardid, millel toodud gruppidega Te ei samastanud ennast 15 aastat tagasi.
Märkige väljavalitud kaardid veergu "Üldse mitte".

Nüüd jaotage palun allesjäänud kaardid kahte gruppi, ühte need, kellena 15 aastat tagasi end kindlasti tundsite ja teise need, kellena end 15 aastat tagasi osaliselt, mõnikord, tunndsite.
Märkige esimese grupi kaardid "Kindlasti" veergu, teise grupi kaardid veergu "Mõnikord, osaliselt". Kaardid, mida vasataja ei osanud kasutada, märkige veergu "Ei tea, ei mäleta".

	Tunnen praegu, et olen…			15 aastat tagasi tundsin, et olen….				
	Kind-lasti	Mõni-kord, osalt	Üldse mitte		Kind - lasti	Mõni-kord, osalt	Üldse mitte	Ei tea, ei mäleta
750. Eestlane /venelane	1	2	3	**751.**	1	2	3	4
752. Eestikeelne inimene/vene keelne inimene	1	2	3	**753.**	1	2	3	4
754. ENSV-st pärit inimene	1	2	3	**755.**	1	2	3	4
756. Eesti Vabariigi kodanik	1	2	3	**757.**	1	2	3	4
758. Eesti elanik	1	2	3	**759.**	1	2	3	4
760. Baltimaade elanik	1	2	3	**761.**	1	2	3	4
762. Nõukogude inimene	1	2	3	**763.**	1	2	3	4
764. Põhjamaalane	1	2	3	**765.**	1	2	3	4
766. Eurooplane	1	2	3	**767.**	1	2	3	4
768. Maailmakodanik	1	2	3	**769.**	1	2	3	4

TARBIMINE

Küsimus neile, kellel piisab raha riiete ostmiseks (vastus 1ja 2 küsimuses 623.)

770. Kas ostate rõivaid poest või lasete ka õmmelda?

1 Ostan ainult poest
2 Lasen ka õmmelda

771. Kas on kindlad rõivafirmad, brändid, mida eelistate?

1 Jah
2 Ei

Kui jah, siis:

772. Millised? _____

773. Kas ostate rõivaid ka välismaal käies?

1 Jah
2 Ei

774. Kas ostate rõivaid ka postikataloogide abil?

1 Jah
2 Ei

775. Kui võrrelda rõivaste ostul hinda ja sobivust, siis kumb on olulisem?

1 Hind on olulisem
2 Sobivus on olulisem
3 Ei tea, mõlemad võrdselt

776. Kui võrrelda hinda ja kaubamärki, firmat, siis kumb on Teie jaoks rõivaste ostul olulisem?

1 Hind on olulisem
2 Kaubamärk on olulisem
3 Ei tea, mõlemad võrdselt

Küsimus neile, kel jätkub raha korteri meelepäraseks sisustamiseks (vastus 1 ja 2 küsimus 627.)

Kui vana, millal uuendatud või muretsetud on Teie korteri …. *Esitage KAART 6*

	Vähem kui 5 aastat	5-10 aastat	10-20 aastat	üle 20 aasta
777. Üldine viimistlus, kujundus	1	2	3	4
778. Santehnika	1	2	3	4
779. Mööbel	1	2	3	4
780. Elektroonika, olmetehnika	1	2	3	4

781. Kas olete oma korteri sisustamisel teadlikult jälginud mingit stiili (retro vms.)?

1 Jah
2 Ei

782. Kas olete kortreri sisustamisel kasutanud disaineri, sisekujundaja nõuandeid või jälginud sisustusalast kirjandust, albumeid, katalooge, näitusi?

1 Jah
2 Ei

Küsimus neile, kel jätkub raha reisimiseks (vastus 1 ja 2 küsimus 631.)
783. Kas olete käinud ka puhkusereisil välismaal?

1 Ei ole
2 Jah, korra
3 Korduvalt

Kui "jah", siis:
784. Kus, millisel maal (maades)? _____

Küsimus neile, kel jätkub raha iluteenuste kasutamiseks (vastus 1 ja 2 küsimus 625.)
785. Kas eelistate kindla firma kosmeetikat?

1 Jah
2 Ei

786. Millise firma kosmeetikat? _____

787. Kas Teil on isiklik ...

1, juuksur
2, kosmeetik
3, massöör

788. Kas Te käite ...

1, jõusaalis
2, shapingus
3, aeroobikas

ÜHISKONDLIK SEISUND

Inimesed asuvad ühiskonnas erinevates kihtides. Tinglikult saab seda kujutleda kaardil kujutatud trepina, millel võib liikuda nii üles, päris tippu kui alla, päris põhja. Trepi ülemine, kümnes aste kujutab ühiskonna tippu, kõige rikkamaid ja mõjukamaid inimesi. Alumine, esimene aste aga on neile, kes tunnevad, et on praktiliselt ühiskonnast välja tõrjutud.

789. Kuidas Te hindate, millisel astmel, millises ühiskonnakihis asute praegu Teie ise?
Esitage KAART 7

_____ astmel

790. Kus asus Teie pere 20 aastat tagasi (80ndate algul)?

_____ astmel

791. Millisele ühiskondliku redeli astmele paigutaksite oma vanemad, vanavanemad enne sõda, 30ndate aastate lõpul? Kui on mitu paigutuse võimalust, valige kõrgem aste.

_____ astmel

792. Kas Te oleksite nõus sellega, kui me seoses käeseoleva uuringuprojektiga järgmisel aastal veelkord Teie poole pöördume, et esitada juba märksa väiksemas mahus mõned täiendavad küsimused?

1 Jah
2 Ei
3 Ei tea, ei oska öelda

Järgmised küsimused on küsitlejale täitmiseks:

793. Valimipiirkonna number: _____

794. Intervjuu lõpu kellaaeg _____

795. Intervjuu läbiviimise kuupäev _____

796. Küsitleja tunnistuse number _____

Uuringukeskuses täitmiseks:

797. Sisestaja number _____

798. Vastuvõtja/kodeerija number _____

799. Ankeedi keel **1** **eesti**

TABELITES KASUTATUD SÜMBOLID

? – andmed puuduvad
tühi lahter – näitaja pole oluline

316
EES

Eesti elavik 21. sajandi algul

Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest

Toimetajad Veronika Kalmus,
Marju Lauristin ja Pille Pruulmann-Vengerfeldt

Käesolev raamat, esimene sarjast *Studia societatis et communicationis*, annab ülevaate Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uurimuse *Mina. Maailm. Meedia* (MeeMa) peamistest tulemustest, püüdes kirjeldada Eesti elavikku, subjektiivset tegelikkust, milles inimesed 21. sajandi hakul elavad.

Kogumiku 15 autorit esitavad sotsioloogilise sissevaate viide laia valdkonda:

- Väärtused, identiteedid, keelekasutus ja sotsiaalne ruum;
- Elulaad ja kultuurisuhted;
- Traditsioonilise ja uue meedia kasutamine;
- Poliitiline aktiivsus ja Euroopa Liidu imago;
- Tarbimisorientatsioonid, kapitalid, hinnangud muutustele ja sotsiaalne kihistumine.

Ülevaate oluliseks osaks on 237 tabelit ja 84 joonist.

Raamat pakub huvi nii sotsiaalteadlastele kui kõigile Eesti elu arengust huvitatuile ning sobib õppevahendiks sotsiaalteaduste üliõpilastele.

VIIMSI RAAMATUKOGU
1511 018736

ISSN 1736-2156

Ajakirjanduse
ja kommunikatsiooni
osakond

TARTU ÜLIKOOLI
KIRJASTUS